

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Centro de Filosofia e Ciências Humanas – CFCH
Escola de Comunicação – ECO
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura

Henrique Moreira Mazetti

**Ativismo de Mídia:
Arte, política e tecnologias digitais**

Dissertação de mestrado
Orientador: Prof. Dr. João Freire Filho

Rio de Janeiro
Março de 2008

Henrique Moreira Mazetti

ATIVISMO DE MÍDIA: arte, política e tecnologias digitais

Dissertação de mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura (mídia e mediações socioculturais).

Orientador: João Freire Filho

Rio de Janeiro
Março de 2008

Mazetti, Henrique Moreira.

Ativismo de mídia: arte, política e tecnologias digitais/
Henrique Moreira Mazetti. Rio de Janeiro, 2008.

213 f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de
Comunicação, 2008.

Orientador: João Freire Filho

1. Ativismo de mídia. 2. Arte. 3. Micropolíticas. 4.
Tecnologias Digitais. 5. Mídia Tática. I. Freire Filho, João
(Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
Escola de Comunicação. III. Título.

Henrique Moreira Mazetti

ATIVISMO DE MÍDIA: arte, política e tecnologias digitais

Dissertação de mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura (mídia e mediações socioculturais).

Rio de Janeiro, 17 de março de 2008.

Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho, Doutor em Literatura Brasileira pela PUC-RJ, ECO/UFRJ

Prof. Dra. Maria Beatriz Almeida Sathler Bretas, Doutora em Ciências da Informação pela UFMG.

Prof. Dr. Dênis Roberto Villas Boas de Moraes, Pós-Doutor pelo Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)

AGRADECIMENTOS

Ao CNPq, cujo auxílio financeiro possibilitou a execução da presente pesquisa. Aos professores, colegas e funcionários da ECO, por terem me proporcionado uma prazerosa experiência de aprendizagem nos dois últimos anos. Ao meu orientador João Freire Filho, pela paciente e atenciosa orientação. À minha família, por me oferecer uma fonte inesgotável de segurança. Aos meus amigos, em especial Rafael Saldanha e Daniel Martins, com os quais compartilhei as aventuras e os percalços do dia-a-dia de mestrando. A minha menina Isabela, pelo amor cedido em forma de carinho, incentivo e compreensão.

Gostaria de agradecer, por fim, a todos os integrantes de coletivos, grupos e redes de ativismo de mídia, pelo contínuo esforço em tornar a realidade mais instigante, plural e democrática. Sou grato, especialmente, àqueles que me cederam entrevistas, responderam *e-mails* e não se intimidaram pelo meu gravador. Foi a partir de suas práticas e de suas falas que o texto a seguir se tornou possível.

A guerrilha midiática é só um momento da comunicação-guerrilha, que por sua vez é só uma parte da mais extensa guerrilha cultural. A arte da guerrilha midiática não se baseia nos conceitos de “contra” e “em alternativa a”, mas na teoria de Sunzi... Essa teoria baseia-se no pressuposto de que é possível agir dentro do sistema dos meios de comunicação de massa, lutando com suas próprias armas. A guerrilha midiática não quer revelar a “verdade mais verdadeira” que os grandes mass media escondem de nós: a condição preliminar para essa prática de guerra é o abandono da recriminação e de toda a teoria do Grande Irmão, vale dizer, aquela que vê os agentes que gerenciam os meios de comunicação de massa como espertos e eficientes “desinformantes do regime”.

Luther Blissett: *Guerrilha psíquica* (2001)

RESUMO

MAZETTI, Henrique Moreira. **Ativismo de mídia**: arte, política e tecnologias digitais. Rio de Janeiro, 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007

A cultura da mídia tem lugar cada vez mais central na organização da vida social. Por isso, ganham relevância práticas de contestação que tomam a mídia como ponto de partida para suas ações. Pretende-se, aqui, investigar determinadas características do ativismo contemporâneo brasileiro que, em sintonia com manifestações estrangeiras, ultrapassam a utilização instrumental dos meios de comunicação como forma de questionamento, ao trabalharem a mídia e a sua cultura como questões políticas em si mesmas. Estas atividades operam em diferentes mediações entre o consumo e a produção midiática, utilizando-se das potencialidades dos meios de comunicação e, em especial, daquelas abertas pelas mais recentes tecnologias de comunicação; do diálogo com a experimentação formal artística; e de um entendimento da ação política que orbita fora da esfera institucional e representativa, em atividades de ação direta que levam em consideração o prazer e o lúdico na capacidade de gerar transformações sociais.

Além de uma revisão bibliográfica feita no intuito de abordar conceitualmente as práticas do ativismo de mídia brasileiro a partir de noções como “Mídia Tática” e “Culture Jamming”, a pesquisa ainda se ampara em estudos de caso sobre os coletivos Media Sana e Poro e sobre as redes MetaReciclagem e Mídia Tática. Esta investigação foi conduzida através da observação presencial das práticas, entrevistas em profundidade com seus promotores e acompanhamento de listas de discussão e outras ferramentas de conversação *online* utilizadas pelos ativistas de mídia brasileiros.

ATIVISMO DE MÍDIA, ARTE, MICROPOLÍTICAS, NOVAS TECNOLOGIAS, MÍDIA TÁTICA

ABSTRACT

MAZETTI, Henrique Moreira. **Ativismo de mídia**: arte, política e tecnologias digitais. Rio de Janeiro, 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007

Media culture has an increasingly central place in social life organization. Therefore, gain relevance practices of dispute that takes media as a starting point for its actions. The objective here is to investigate certain characteristics of contemporary brazilian activism that, in line with events abroad, goes beyond the instrumental use of media as a way of questioning, working with media and culture as political issues in themselves. These activities operate in various mediations between consumption and production of media, using the potentials of media and in particular those offered by the latest communications technologies, the dialogue with formal artistic experimentation, and an understanding of political action that orbit outside of the sphere of institutional representation in direct actions which take into account the pleasure and playful on the ability to generate social change.

In addition to a literature review done in order to address conceptually practices of brazilian media activism from notions such as "Tactical Media" and "Culture Jamming", the research displays case studies of the groups Media Sana and Poro and of the networks MetaReciclagem and Mídia Tática. This investigation was conducted through presential observation of the practices, in-depth interviews with their promoters and tracking mailing lists and other tools for online chatting used by brazilian media activists.

MEDIA ACTIVISM, ART, MICROPOLITICS, NEW TECHNOLOGIES, TACTICAL MEDIA

SUMÁRIO

Introdução	10
Capítulo 1: Ativismo de mídia: uma proposta de abordagem analítica	20
Capítulo 2: Genealogia da militância comunicacional e suas bases teóricas	41
2.1 <i>A militância comunicacional nos anos 1960, 1970 e 1980</i>	<i>42</i>
2.2 <i>Da década de 90 até os dias atuais</i>	<i>55</i>
Capítulo 3: O ativismo de mídia contemporâneo e suas noções	67
3.1 <i>Mídia Tática</i>	<i>68</i>
3.2 <i>Culture Jamming e a guerrilha comunicacional</i>	<i>89</i>
3.3 <i>Gambiarrras, coletivos e software livre: matrizes teóricas nacionais</i>	<i>103</i>
Capítulo 4: As manifestações do ativismo de mídia contemporâneo nacional	117
4.1 <i>Media Sana: contra o loteamento do imaginário coletivo</i>	<i>121</i>
4.2 <i>Poro: ocupação poética dos espaços</i>	<i>143</i>
4.3 <i>MetaReciclagem: apropriação tecnológica para transformação social</i>	<i>157</i>
4.4 <i>Midiatatica.info: pela fruição dos meios</i>	<i>176</i>
Considerações finais	194
Referências	202

Introdução

Em um final de semana de março de 2003, cerca de seis mil pessoas visitaram a Casa das Rosas, um espaço cultural localizado na Avenida Paulista, em São Paulo. Não havia, contudo, qualquer exposição de artista renomado ou algo do gênero. Pelo contrário, o que atraiu a atenção do público – bastante expressivo para o local em questão – foi um festival responsável por reunir instigantes experiências que ocorriam, sem grande alarde, em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza, Amapá, Brasília e Goiás.

Uma curiosa e diversa trupe de produtores culturais – que desafia rótulos mais estáveis como artistas, ativistas ou teóricos – promoveu a ocupação da casa. Os três andares da velha construção no mais importante centro financeiro do país foram utilizados para abrigar desde telecentros de inclusão digital crítica, estruturados a partir de computadores reciclados rodando *softwares* livres, até instalações de arte que lidavam com alta tecnologia. Coletivos de intervenção urbana e sabotagem midiática, cartunistas engajados na guerrilha semiótica, artistas rejeitados por galerias de arte, grupos de videoativismo, uma rádio livre (nomeada de “Pega Eu”, uma provocação motivada pela perseguição policial sobre as rádios comunitárias e ditas “piratas”) e o Centro de Mídia Independente ainda ocuparam os demais recintos do espaço cultural.

Do lado de fora da Casa das Rosas, um acampamento foi montado. Ao seu redor, aconteceram shows musicais, *raves*, teatro de rua, bicicletadas, grafite, distribuição de fanzines e outras ações espontâneas e imprevistas. Ao mesmo tempo, nas salas de conferência da Fundação Japão e do SESC (localizados no mesmo quarteirão do espaço cultural) temas diversos eram discutidos em debates, palestras e conferências intitulados “Intervenções e contra-hegemonia cultural”, “Desvendando a Mídia Tática”, “Net Ativismo e inclusão digital”, entre outros. Com a palavra, ativistas e artistas nacionais e estrangeiros, juntamente com intelectuais da academia brasileira. *Workshops* com títulos sugestivos como “Seja um vietcongue midiático” ainda foram oferecidos dentro da programação do evento no SESC da Vila Mariana.

A grande mídia também esteve presente, atraída pela participação do Ministro da Cultura, Gilberto Gil, na conferência de abertura do encontro. Ao seu lado estavam dois nomes de peso no cenário intelectual sobre cultura digital: Richard Barbrook, pesquisador inglês que desenvolve uma perspectiva crítica em relação à economia *online*, e John Perry Barlow, co-fundador da *Electronic Frontier Foundation*, dedicada a defender os direitos dos

cidadãos na “fronteira eletrônica”. No entanto, segundo seus organizadores¹, o festival não teve nenhum tipo de apoio financeiro, a não ser uma verba de 1.500 dólares obtidos junto à editora Conrad – que, na época, dava suporte, também, ao coletivo Baderna, responsável pela publicação no país de alguns dos principais textos do ativismo contemporâneo².

O evento descrito acima foi o Mídia Tática Brasil, organizado de forma descentralizada, principalmente através de listas de discussão pela internet. Possuía, entre seus objetivos, misturar ação política com produção cultural, transformar teoria crítica em experiência prática, além de disseminar, no cenário artístico e ativista brasileiro, o conceito de *mídia tática*, que gira em torno do uso dos meios de comunicação nas intersecções da arte com a política, fora do escopo comercial.

Em coluna para a Folha de São Paulo, Esther Hamburger, pesquisadora e professora da Escola de Comunicação e Artes da USP, resumiu, assim, o Mídia Tática Brasil:

O festival de mídia alternativa cataliza vários formatos de guerrilha simbólica, chamando a atenção para o fato de que televisão, vídeo, música e rádio caminham para a convergência na internet. Experiências musicais, audiovisuais, ideológicas e teatrais reunidas lidam com um ideário libertário que retoma utopias dos primeiros socialistas, séculos atrás. É como se formas ideais de produção do conhecimento, que questionam a separação entre o universo real e o virtual, a emissão e a recepção, a razão e a emoção, o popular e o erudito, se tornassem verossímeis e disponíveis a quem se dedicasse a enfrentar desafios inerentes às novas linguagens (Hamburger, 2003: 8).

Mais do que isso, o Mídia Tática Brasil apontou para uma “pequena massa crítica” de manifestações culturais nacionais que vêm surgindo no país, principalmente, desde o início dos anos 2000. Com caráter híbrido, móvel e temporário, estas ações valorizam a participação ativa do público em processos emergentes de ordenação do conhecimento e da demanda cultural, voltam-se para a criação de ambientes colaborativos e para a exploração de potencialidades inexploradas no uso dos meios de comunicação. As estratégias de mídia utilizadas nestas atividades são muitas. Baseiam-se no uso das mais recentes tecnologias digitais, na apropriação das mídias tradicionais (rádio, TV, cinema, jornal, etc.), ou mesmo na

¹ Disponível em http://mtb.midiatatica.info/in_festival.htm. Acesso em 10/12/2007.

² Entre as publicações do coletivo Baderna encontram-se trabalhos situacionistas (*A arte de viver para as novas gerações*, de Raoul Vaneigem e uma coletânea de textos do grupo intitulada *Situacionista*); uma narrativa do movimento contracultural na Holanda, na década de 1960 (*PROVOS - Amsterdam e o nascimento da contracultura*, de Matteo Guarnaccia); o cultuado *TAZ: Zona Autônoma Temporária*, de Hakim Bey; títulos relacionados ao Movimento de Ação Global (*Urgência das Ruas*, coletânea de relatos feitos por participantes dos Dias de Ação Global e *Estamos Vencendo - Resistência Global no Brasil*, escrito por Pablo Ortellado e André Ryoki; e publicações de grupos que experimentam novas modalidades de ativismo (*Guerrilha Psíquica*, do projeto italiano Luther Blissett e *Distúrbio Eletrônico*, do coletivo americano Critical Art Ensemble).

transformação de canteiros de rua, muros e postes em veículos de comunicação não convencionais. Boa parte das manifestações que tomaram as salas da Casa das Rosas encontra motivação em uma premissa adotada também por diversos analistas como uma das principais características da contemporaneidade: a da complexidade do papel da comunicação midiática na sociedade atual e sua importância na sedimentação ou desestruturação das relações de poder vigentes (Jameson, 2006 [1991]; Couldry e Curran, 2003; Kellner, 2001; Mattellart, 2002; McChesney, 2004; Moraes, 2004; 2007; Ramonet, 2004; Rubim, 2001).

É neste cenário que esta dissertação se localiza. Tomo como objeto de pesquisa uma gama de manifestações de ativismo de mídia nacional que podem ser exemplificadas por alguns dos coletivos e das ações que ocuparam a Casa das Rosas, em São Paulo. Proponho demonstrar que estas iniciativas revitalizam uma corrente crítica de uso dos meios de comunicação como forma de contestação política e sociocultural que ultrapassa sua utilização instrumental – como um simples veículo para protestos diversos³ – ao transformar a mídia em uma questão política em si mesma.

A problematização política dos meios de comunicação se dá na ênfase dos coletivos e grupos ativistas em trabalharem diferentes mediações entre o consumo e a produção da mídia e da sua cultura. Estas atividades pretendem fomentar a participação colaborativa nos mais diferentes projetos que visam atribuir novos significados e usos sociais para as mídias. Para tanto, utilizam uma gama de idéias e técnicas retiradas de experimentações de cunho artístico no século XX, além de buscar tornarem efetivas as possibilidades trazidas pelas mais recentes tecnologias de comunicação e informação. Tais manifestações encontram-se, ainda, em sintonia com mobilizações estrangeiras semelhantes e estão afinadas com o Movimento de Ação Global, que funciona como uma espécie de movimento social de fundo para estas atividades.

O ativismo de mídia contemporâneo está ligado ao contínuo histórico de experiências midiáticas alternativas à produção simbólica dominante. Além de se conectar, também, a uma corrente artística com raízes nas vanguardas históricas européias, que visa fundir a arte no cotidiano, dessacralizando-a e tornando-a veículo de mobilização, de atividade e de vida, e não de mera contemplação (Araújo, 2007; Bürger, 1984; Foster, 1996; Home, 1999). Ainda que exemplos esparsos de manifestações similares possam ser encontrados na Europa e nos Estados Unidos desde os anos 1960, uma intensificação do ativismo de mídia, tal como

³ A concepção dos meios de comunicação como um mero instrumento para os movimentos sociais está arraigada nas análises de pesquisadores nacionais que se dedicam ao estudo das modalidades comunicacionais alternativas, populares e comunitárias (Berger, 1995; Festa, 1986; Motta, 1987; Peruzzo, 1998).

abordado aqui, pode ser localizado a partir da metade da década de 1990, nos Estados Unidos, no Canadá e na Europa, mas rapidamente se espalhando para o mundo todo⁴, inclusive tomando força em território nacional, no início da década de 2000.

O contexto político em que estas atividades surgem em muito se aproxima à conjuntura que impulsiona a emergência do Movimento de Ação Global⁵. Este cenário é marcado pela derrocada de uma alternativa concreta ao capitalismo, por uma crescente descrença na política institucional na forma da democracia representativa e também por uma fragmentação dos movimentos sociais por causas específicas. No Brasil, especialmente, o Fórum Social Mundial, sediado na cidade de Porto Alegre nas suas primeiras três edições, entre 2001 a 2003, tem importante papel na germinação de novas práticas de contestação, questionamento e busca por soluções para embates políticos e socioculturais.

Já no contexto midiático e cultural, alguns deslocamentos gerais impulsionam estas práticas, tanto no que tange a um estrangulamento no cenário de mídia, quanto de abertura de possibilidades de ação. Por um lado, a crescente monopolização da produção simbólica por conglomerados de mídia, o progressivo descontentamento com a invasão da publicidade no cotidiano e a cada vez mais gritante constatação de um fosso comunicacional (que alija uma grande parcela da população do acesso aos meios de comunicação para além do papel de consumidor passivo) geram demandas sociais que impulsionam o surgimento de ações do ativismo de mídia. Por outro lado, a emergência da internet e de outras ferramentas digitais configuram-se como inovações técnicas capazes de possibilitar novas práticas culturais e, assim, desafiar os paradigmas em que se assenta o ambiente midiático atual.

Desde a década de 1990, vários termos emergiram oriundos de práticas específicas de ativismo de mídia que buscavam experimentar diferentes tipos de utilização dos meios de comunicação para a contestação sociocultural e política, e que podem ser entendidos tanto como técnicas ou conceitos. À já citada concepção de “Mídia Tática” (Garcia e Lovink, 2003 [1997]), alinham-se noções como “Culture jamming” (Dery, 1993), “Comunicação guerrilha” (Blissett, 2001); “Terrorismo Poético” (Bey, 2001); “mediativismo” (Pasquinelli, 2002) e, aqui no Brasil, “Artivismo” (Monachesi, 2003) e “Digitofagia” (Ruiz e Wells, 2004). Estes

⁴ Registros de manifestações semelhantes foram encontrados em países como Argentina, Índia e Japão durante esta pesquisa. Embora grande parte do material teórico recolhido para este trabalho seja de origem europeia e norte-americana, e alguns exemplos de atividades naqueles territórios sejam levados em consideração devido à sua qualidade paradigmática, o foco aqui recai exclusivamente sobre ações em território nacional e a maneira como as atividades brasileiras, a partir do referencial estrangeiro, interpretam, modificam, atualizam e criam suas próprias teorias e práticas.

⁵ Denominado pela grande mídia de “movimento anti-globalização” e que, apesar de possuir suas raízes no levante zapastista de Chiapas, em 1994, teve na chamada “Batalha de Seattle”, em 30 de novembro de 1999, sua primeira ação mundialmente registrada (Ludd, 2002).

são apenas alguns dos termos usados para nomear diferentes atividades que têm, como ponto de partida, os meios de comunicação; como objetivo, desestruturar as relações de poder vigentes; e como modo operante, modelos diferentes daqueles já sedimentados pela mídia alternativa na acepção tradicional, que dá ênfase à contra-informação, à denúncia da manipulação ideológica ou a tentativas de democratizar a mídia estritamente através de políticas públicas.

Embora tenham surgido de contextos específicos, estes termos se tornaram ao longo dos anos intercambiáveis. Muitas vezes, nomeiam as mesmas práticas, confundem-se, misturam-se, mas, por si mesmos, são incapazes de explicar as atividades a que se relacionam. Nenhuma destas noções é abrangente o suficiente ou estável o bastante para que fosse possível adotá-las na nomeação das práticas de ativismo de mídia contemporâneo com as quais trabalho aqui. Falta-lhes coesão e não possuem valor analítico claro, embora sua fluidez possa ser benéfica às diversas e vagamente nomeadas práticas, uma vez que dificultam sua cooptação pelo interesses mercantis e seu mapeamento por aqueles que procuram exercer-lhes poder, marginalizando-as.

Optei, então, pelo termo genérico “ativismo de mídia”, capaz de ressaltar a característica não institucional e de ação direta destas manifestações, enquanto seu complemento reforça a importância da mídia nestas atividades. A definição peca, porém, ao não diferenciar estas ações de práticas de mídia alternativa tradicionais, que também não deixam de ser um tipo de ativismo de mídia. Além disso, nem todos os grupos dedicados à experimentação de alternativas culturais e midiáticas se identificam como ativistas.

Minha hipótese principal é a de que o ativismo de mídia se configura como experimentações midiáticas que buscam alterar as relações de poder explorando estratégias e táticas diferentes daquelas já consagradas no campo da mídia alternativa – em especial, o modelo de contra-informação, baseado na tomada do papel de emissor/produtor/criador, que inverte os papéis e oferece conteúdos oposicionais, mas mantém a mesma relação estrutural entre emissor/receptor no momento comunicacional⁶. Isto se traduz em ações que buscam não só informar fatos obscurecidos ou deturpados pela mídia de apelo comercial, mas em atividades que se fazem valer também da capacidade de mobilização, de experiência de vida e de troca de afeto, de experimentação estética livre dos grilhões comerciais e de utilização da

⁶ É interessante notar, porém, que um dos mais bem-sucedidos projetos de mídia alternativa contemporâneos é o Centro de Mídia Independente, que trabalha justamente na gestão coletiva de informação, com a intenção de dar outras versões aos fatos relatados na imprensa convencional, o que atesta que a mídia alternativa baseada no modelo de contra-informação está mais viva do que nunca.

mídia para o surgimento de novas sensibilidades, fora do escopo capitalista, em um trabalho de ressignificação dos meios de comunicação. A estas características, somam-se ainda modos antes pouco usuais de denúncia por meio da mídia, que utilizam o humor, a paródia e o diálogo com a produção midiática instituída para deslegitimar e abrir novos espaços de leitura para esta cultura, num trabalho de ressignificação também da cultura da mídia.

Esta hipótese se desdobra em quatro questões correlatas, que pretendem localizar tais atividades nas mediações entre o consumo e a produção midiática (resultado de diversos níveis de participação na mídia); na relação do ativismo de mídia com a arte; na especificidade da política praticada pelos ativistas de mídia; e, por fim, na utilização das novas tecnologias de comunicação e informação nestas manifestações. Esta divisão, porém, tem apenas finalidade analítica. No cotidiano, as práticas de ativismo de mídia são uma amálgama particular, motivada pelo desejo de provocar transformações nas relações de poder a partir dos meios de comunicação, buscando inspiração em experimentações do campo artístico e fazendo-se valer das potencialidades oferecidas pelas tecnologias digitais.

Nas ações de um determinado grupo, a relação com a arte pode se sobressair, enquanto que, em outra iniciativa, a utilização das novas tecnologias de comunicação fundamenta suas atividades. Todavia, o entrecruzamento dos campos comunicacional, político, artístico e tecnológico se apresenta em todas as atividades analisadas aqui, ainda que se diferenciem por meio da intensidade com a qual estes vetores são combinados⁷. Ao sugerir estas questões, pretendo conduzir a pesquisa de maneira a esclarecer algumas nuances do ativismo de mídia contemporâneo a partir de suas diferentes matrizes sem que um ou outro elemento determine estas manifestações em detrimento de outras características que considero, da mesma maneira, definidoras destas atividades.

Talvez resultado de estas manifestações serem relativamente recentes, há uma escassez de reflexões teóricas sobre as práticas nacionais de ativismo de mídia. Porém, em parte pela emergência do Movimento de Ação Global, assim como pela realização dos Fóruns Sociais Mundiais no país, atividades semelhantes às tomadas aqui como objeto têm conseguido um razoável espaço entre a produção acadêmica nacional. Durante esta pesquisa, foram encontradas teses de doutorado (Ravier, 2006), dissertações de mestrado (Assis, 2006; Cabral, 2007; Dimantas, 2006; Moraes, 2005a; Santos, 2005), capítulos de livros (Beiguelman, 2005;

⁷ O cruzamento destes campos é vislumbrado pelos próprios grupos em análise. O site [midiatatica.info](http://www.midiatatica.info), por exemplo, se define como “um circuito independente de trabalho e diversão que se conecta em espaços de pesquisa e ações comuns. As áreas interseccionais de atuação são arte, mídia, comunicação e tecnologia. Seus projetos são independentes entre si, assim como seus autor@s. Todos os trabalhos são copyleft ou registrados sob licenças abertas”. Disponível em <http://www.midiatatica.info/>. Acesso em 10/12/2007.

Bretas, 2006; Cabral, 2005; Freire Filho, 2005; 2007) e artigos publicados em periódicos especializados e anais de encontros e congressos acadêmicos (Assis, 2004; 2005; Brunet 2005; Mazetti, 2005; 2006; 2007; Mesquita, 2006; Moraes, 2005b; Pinheiro e Silva, 2005; Wenzel, 2005) que têm as manifestações do ativismo de mídia nacional e/ou estrangeiro como foco central ou secundário.

No entanto, as investigações existentes sobre estas atividades oferecem uma multiplicidade de abordagens e de quadros referenciais teóricos que, muitas vezes, não conformam um terreno comum, de onde seria possível construir questionamentos mais aprofundados. Em sua grande maioria, as pesquisas sobre o tema possuem ora um tom ensaístico, ora um tom introdutório, enquanto a perspectiva trabalhada aqui não é encontrada em nenhum destes trabalhos. O que pretendo, portanto, é ir um pouco além da mera identificação destas iniciativas: busco demonstrar sua complexidade e ao mesmo tempo oferecer um modelo de apreensão para estas atividades.

Dada a contemporaneidade das manifestações registradas, todavia, sua análise talvez ainda não ultrapasse um platô de reflexões iniciais sobre o tema, e, como resultado, não seja capaz de avaliar o verdadeiro impacto destas iniciativas. Por mais nuançada que se pretenda esta investigação, acredito que a constatação da influência das práticas de ativismo de mídia nacional em mudanças nas mais variadas esferas da sociedade – que podem estar exatamente agora em curso – só poderá ser alcançada a partir de um olhar histórico.

Quanto ao quadro de referências teóricas em que esta pesquisa se embasa, instrumento-me, inicialmente, de um avanço analítico no entendimento da própria comunicação. Libertada de seu aprisionamento funcional ao campo dos significados, agora identificada de modo mais complexo como produtora de sentidos intelectivos e sensíveis, a comunicação, principalmente em sua condição midiática, deixa de ser resumida como mero aparato tecnológico, instrumento, ou localizada na superestrutura, para ser entendida no ato de mediação, com interesses e regimes gramaticais próprios, que garantem a possibilidade de influir nos campos de força de maneira concreta (Rubim, 2001).

No contexto acadêmico, marca-se também uma crescente insatisfação com teorias unilaterais que dão predominância exacerbada seja ao momento de produção, seja ao momento de consumo midiático (Kellner, 2001; Jenkins, 1992, 2006a; Thompson, 2005[1995]). E, timidamente, multiplicam-se as tentativas de enxergar as diferentes mediações existentes entre esses dois momentos (Certeau, 1994 [1980]; Du Gay, 1997; Hall, 2003; Martín-Barbero 1997[1987]). Posicionamento exarcebado pelos pesquisadores que enxergam

nas novas ferramentas da internet uma verdadeira implosão das distinções entre consumidor e produtor de informação (Antoun, 2001, 2003, 2006; Jenkins, 2006a; 2006b, Lévy, 1999).

Ainda que nas décadas de 1970 e 1980, principalmente na América Latina, a pesquisa em comunicação tenha abraçado o momento político vivido e se politizado na busca por encontrar alternativas viáveis a produção midiática dominante, nas últimas décadas a pesquisa de cunho crítico e a investigação de alternativas para o cenário midiático comercial se tornaram uma questão, no mínimo, secundária. Desta maneira, as experimentações de mídia alternativa e outras modalidades de ativismo midiático têm sido ostensivamente negligenciadas nos estudos sobre comunicação (Kellner, 2004; Atton e Couldry, 2003). Em parte, isto se explica por se tratarem de manifestações de pequena escala, com um número restrito de pessoas envolvidas e que não alcançam grande repercussão.

Contrariando tal ponto de vista, tomo como justificativa para este trabalho, além da esperança de contribuir qualitativamente para o número de pesquisas sobre o tema, o argumento apresentado por Arlindo Machado (2002) na apresentação da edição brasileira de *Mídia Radical*, trabalho de John Downing sobre mídia alternativa. Intitulado “Contra a ibopização do pensamento”, o texto chama atenção para a crescente incapacidade dos pesquisadores de conduzir o debate sobre comunicação frente a concentração esmagadora das atenções em alguns temas da grande mídia, o que atestaria que as discussões estariam sendo desencadeadas, de fato, pelas próprias mídias hegemônicas. “Que fazer para que os ‘pequenos’ eventos, as idéias em germinação, as alternativas diferenciadas, as experiências qualitativas realizadas fora do eixo hegemônico voltem a ganhar novamente a atenção daqueles que pensam criticamente os meios?”, Machado indaga (op. cit.: 12).

O percurso escolhido por mim para dar atenção aos “pequenos eventos” e “idéias em germinação” do ativismo de mídia contemporâneo foi o de, em um primeiro momento, abrigar uma série de cartografias (teóricas, históricas e conceituais), com o objetivo de demarcar o lugar de apreensão do ativismo de mídia contemporâneo, para, então, dedicar-me à análise das manifestações em si.

No primeiro capítulo, recorro principalmente aos trabalhos de Carroll e Hackett (2006), Cardon e Granjon (2003), McChesney e Nichols (2002a; 2002b) e Opel (2004), que oferecem uma tipologia e uma caracterização de manifestações sociais que tem na mídia sua principal questão política. Com isto, pretendo esclarecer o sentido que atribuo ao fenômeno do ativismo de mídia, além de problematizar a possibilidade de um movimento social que

tenha os meios de comunicação como causa específica. Reflito, também, sobre como esta hipótese pode ser articulada ao contexto nacional.

Uma genealogia das práticas de contestação da mídia e das maneiras como foram abordadas pelos pesquisadores nacionais e estrangeiros é feita no segundo capítulo. Ainda que as manifestações críticas de comunicação ocorridas no país sejam o foco principal da narrativa, são levados em consideração, do mesmo modo, os contextos latino-americano e mundial. A intenção é revelar a conjuntura histórica na qual emergem as práticas midiáticas contemporâneas de cunho crítico e como suas demandas e seus objetivos são reflexo tanto do esgotamento de certas alternativas, quanto da intensificação e da abertura de novas possibilidades de experimentação midiática.

Os conceitos de mídia tática e *culture jamming*, que fundamentam as ações do ativismo de mídia contemporâneo e têm origem em manifestações semelhantes no exterior, são discutidos no terceiro capítulo. Além disso, é identificada a busca, entre os ativistas de mídia brasileiros, de uma adaptação dos conceitos estrangeiros ou mesmo de uma noção própria para as atividades em curso no país. Ao problematizar estas definições, almejo esclarecer, conceitualmente, as propostas e os objetivos das mais recentes ações críticas de mídia no país.

O quarto capítulo contém quatro estudos de caso de grupos, coletivos e iniciativas de ativismo de mídia nacional. São abordadas, de maneira mais aprofundada e de acordo com as construções teóricas feitas nos capítulos anteriores, as seguintes manifestações: 1) o coletivo multimídia Media Sana, que faz apresentações audiovisuais tanto em palcos quanto em praça pública, baseadas em colagens de trechos da programação diária da TV, com o intuito de questionar o discurso televisivo comercial e informar o público sobre práticas de mídia cidadãos; 2) o coletivo Poro, que problematiza o dia-a-dia das cidades e de seus habitantes por meio de intervenções urbanas às vezes poéticas e lúdicas e, em outros momentos, irônicas e bem-humoradas, com a ajuda de meios de comunicação cotidianos como panfletos, lambe-lambes e cartazes; 3) o MetaReciclagem, uma iniciativa que visa a reapropriação de ferramentas tecnológicas “obsoletas” para a transformação social, e que, após surgir como idéia em uma lista de discussão, foi posta em prática, primeiramente, em conjunto com uma ONG da cidade de São Paulo, para, então, se tornar uma metodologia replicada em diversas regiões do país em espaços de produção cultural autônomos ou subsidiados pelo governo; e, 4) a plataforma de colaboração Mídia Tática, responsável por boa parte dos encontros e dos festivais das redes de ativismo de mídia nacional como o Mídia Tática Brasil e que aglutina

diferentes grupos em atividades que vão desde a produção de *softwares* e ferramentas digitais para a utilização em sistemas operacionais livres até a manutenção de espaços dedicados a discussão sobre questões de gênero.

A metodologia de análise empregada para os estudos de caso se baseou na observação presencial das atividades, sempre que possível, e em entrevistas em profundidade com pelo menos um integrante de cada manifestação, com o intuito de conhecer suas próprias idéias, opiniões e argumentações sobre suas atividades. Além disso, foi feita a coleta de material (relatos escritos, fotos, áudio e vídeos) disponibilizado tanto pelos próprios grupos na internet – em *blogs*, *sites* específicos e listas de discussão (que são detalhados em cada estudo de caso) – quanto de informações angariadas em relatos de outros observadores, jornalistas profissionais ou o “público” em geral, em diversas mídias.

O objetivo central da análise dos grupos é identificar como estas manifestações dão relevância política aos meios de comunicação. Ao mesmo tempo, são investigadas: 1) os diversos níveis de participação na produção midiática em que os ativistas de mídia se engajam e, também, os tipos de participação que eles buscam promover entre seu público; 2) a tentativa posta em prática por estas manifestações de refuncionalizar a arte, dando-lhe uma função social crítica; 3) os posicionamentos políticos adotados pelo ativismo de mídia contemporâneo; 4) a importância das novas tecnologias de comunicação e informação nas práticas de mídia ativista. Estas questões são esmiuçadas ao longo do trabalho.

As considerações finais desta pesquisa abrigam as conclusões dos estudos de caso construídos a partir da discussão teórica feita nos demais capítulos. Além disso, constitui-se de apontamentos a respeito das contribuições que a observação do fenômeno do ativismo de mídia pode oferecer para as pesquisas sobre perspectivas críticas em relação à mídia, do mesmo modo que sobre os novos significados e práticas que se adicionam à noção de resistência.

A proposta não é descobrir se estas manifestações “funcionam” ou não, pois, como já afirmado, somente com uma investigação de longo prazo seria possível vislumbrar uma resposta mais definitiva para este tipo de questionamento. Não se trata, tampouco, de realizar exercícios de futurologia sobre o que o ativismo de mídia poderá fazer ou se transformar no futuro. Mas, sim, identificar como o conjunto de questões levantado pelo ativismo de mídia contemporâneo se relaciona com as demais demandas da sociedade, e se seus objetivos e suas metodologias jogam uma nova luz sobre as formas de democratização da mídia, e, por conseguinte, da sociedade.

1. Ativismo de mídia: uma proposta de abordagem analítica

Os termos comunicação e política encerram uma intensa polissemia. Pelo lado da comunicação, a tentativa de restringir o foco às interações sociais que se dão por meio da mídia não evita o enfrentamento de um terreno com severas clivagens teóricas, que se iniciam já nas várias possibilidades de interpretação do objeto. Pode-se entender *mídia* tanto como o aparato técnico que permite a comunicação e a troca de informação (ou seja, como um meio), quanto como a cultura mediada com a ajuda das diferentes tecnologias de produção e distribuição de informação e comunicação (a *cultura de massa*, ou, conforme quer Kellner (2001), no intuito de retirar resquícios ideológicos do termo, a *cultura da mídia*).

As funções e as capacidades dos meios de comunicação também são interpretadas de diversas maneiras. Compreendidos como simples veículos de informação nos primeiros passos da teoria de comunicação, as mídias foram sendo identificadas de modo mais complexo, como detentoras de uma lógica própria, em que os avanços sociotécnicos na área da comunicação imprimem marcas indeléveis no modo como compreendemos o mundo, tanto no nível intelectual quanto sensitivo. Os meios de comunicação, assim como a cultura produzida por eles, formariam, nesta perspectiva, um campo autônomo, capaz de representar o social, construir diferentes realidades, criar distintas modalidades de socialização e influenciar e mediar outras esferas da vida social.

Os debates que buscam demarcar as fronteiras da comunicação, porém, estão longe de serem encerrados. Seus estudos se amparam em teorias diversas, algumas com origem na própria investigação das mídias, enquanto outras, em maioria, são advindas de diferentes campos do conhecimento. O deslocamento epistemológico do entendimento dos fenômenos comunicativos das mídias para as mediações e seus entrelaçamentos com a cultura trazem ainda mais pontos de vista e lugares de apreensão para as trocas comunicacionais.

A política, por sua vez, não deixa de estimular interpretações antagônicas quanto a sua própria constituição. A tentativa de subsumi-la às práticas institucionais, partidárias e eleitorais é problematizada pela noção de poder, tão polissêmica quanto os demais termos em questão. Nota-se uma crescente fragmentação da política em diversas causas e objetivos distintos, desde a década de 1960, não mais se resumindo a questões de classe ou marcada pela economia, mas abrangendo tensões culturais, étnicas, ecológicas, de gênero sexual etc. Ademais, a derrocada de uma proposta concreta ao modelo social e econômico vigente promove uma intensa multiplicação de temas e abordagens quanto aos modos de resistência.

Da crença aristotélica de que o homem é um animal político por natureza à concepção foucaultiana de que as relações de poder e, por conseguinte, as práticas de resistência, estão em todos os lugares resulta, por vezes, um relativismo paralisante, que se traduz na afirmação de que tudo é política.

O entrecruzamento entre a comunicação e a política, desta maneira, não implica um espaço fechado, com pressupostos claramente estabelecidos e paradigmas sedimentados. Pelo contrário, é um labirinto, com um enorme número de entradas e saídas. Logo, para localizar esta pesquisa na intersecção da comunicação com a política, é necessário lançar mão de mapas existentes e produzir alguns próprios, no intuito de localizar o percurso que se pretende fazer neste labirinto e no seu cruzamento com outras áreas do saber.

O ponto de entrada deste trabalho são as manifestações com intenções críticas que ocorrem através da mídia e da sua cultura. A hipótese que o guia é a de que o ativismo de mídia contemporâneo instaura uma relação com os meios de comunicação menos instrumental e mais exploratória, ao buscar fomentar a participação do público e não apenas construir uma perspectiva crítica fundamentada em uma discussão ideológica. Estas atividades extrapolam, assim, modelos já sedimentados de contestação sociocultural por meio da mídia, ao se inspirarem em manifestações de cunho artístico e se aproveitarem das potencialidades comunicativas abertas pelas mais recentes tecnologias digitais de comunicação.

A crescente mediatização das sociedades entrelaça a política e a comunicação nas mais variadas formas, dada a ubiquidade das mídias e a fragmentação das lutas políticas. Em relação às práticas de contestação midiática, todavia, pode-se distinguir, mesmo que de modo abrangente e provisório, aos menos dois grandes blocos de manifestações com características distintas.

No primeiro, a mídia e a sua cultura surgem como uma preocupação secundária para diferentes movimentos sociais com causas específicas. Anarquistas, ecologistas, homossexuais, trabalhadores precários, moradores de favelas, camponeses, grupos indígenas, defensores dos direitos dos animais, imigrantes e outras mobilizações marginais ou oposicionistas utilizam os meios de comunicação para publicizarem suas causas, aglutinarem-se e tomarem decisões sobre o que será transformado em ações políticas concretas. Além disso, fazem observações críticas da cultura da mídia: sobre o que ela escolhe como temas prioritários para se discutir e em que termos estas discussões se dão; de que forma ela representa os atores e os movimentos sociais e de que maneira ela lida com os interesses comerciais e os *lobbies* políticos de grupos dominantes. Para os movimentos sociais com

causas específicas, a cultura da mídia é problematizada em sua capacidade de reproduzir os discursos que cimentam o *status quo*, de marginalizar alternativas aos modelos vigentes e de contribuir para a produção de um “pensamento único”. A mídia e sua cultura se revelam, por conseguinte, ao mesmo tempo, parceiras, inimigas, instrumentos e terreno de luta política pelo poder simbólico e pelo controle sobre as formas de representação.

No entanto, um segundo tipo de manifestação tem se tornado cada vez mais comumente identificado. As mídias e a sua cultura se transformam, aqui, em uma causa específica própria, e não só mediam questões caras a outros movimentos sociais. Ou seja, deixam de ser uma variável com a qual os movimentos sociais trabalham para se tornarem o foco central de esforços políticos de um movimento social em si mesmo.

Em janeiro de 2002, o jornal norte-americano *The Nation* publicou um artigo intitulado *The making of a movement*, de co-autoria entre o jornalista político John Nichols e o pesquisador Robert W. McChesney, especializado em economia política da comunicação. Nele, os autores apelavam para a coalizão de esforços e ativismos que já existiam de maneira fragmentada para levar adiante um projeto conjunto de reforma do ambiente midiático norte-americano. McChesney e Nichols (2002a) elencavam uma série de manifestações que tomavam a mídia como questão política central de seus protestos. Entre estes grupos estavam: 1) os chamados “cães de guarda” da mídia (*watchdogs*) – grupos que monitoram a produção midiática vigente, contabilizando o tempo dado a cada tema, o perfil dos especialistas chamados a dar depoimentos etc.; 2) as iniciativas no campo da advocacia que se envolvem em batalhas legais em torno da questão midiática, por exemplo, na regulamentação de *broadcasting* comercial e em questões de privacidade na internet; 3) as manifestações locais de associações de bairro e de pais e professores preocupados com a disseminação indiscriminada de publicidade no espaço público e nas escolas; 4) os veículos de publicação independentes.

Para os autores, era necessário que as diversas manifestações da sociedade civil que tomavam como preocupação principal os meios de comunicação se unissem em torno de uma agenda comum de interesses. Deste modo, seria possível pressionar o congresso americano a promover mudanças estruturais na forma como a Comissão Federal de Comunicações (Federal Communication Commission – FCC), agência governamental que regula os meios de comunicação nos EUA, controla o sistema midiático estadunidense. Ainda no mesmo ano, McChesney e Nichols lançam *Our media, not theirs: the democratic struggle against corporate media*, livro que mistura uma análise da economia política dos meios de

comunicação norte-americanos e um manifesto em que defendem a necessidade de um movimento de massa que lute pela reforma do sistema midiático dos Estados Unidos, pois só a partir da democratização dos meios de comunicação, na visão dos escritores, é possível sustentar um regime verdadeiramente democrático. Os autores preocupam-se, ao mesmo tempo, com a capacidade da mídia em dar os contornos da realidade social e, também, com o fato de que os meios de comunicação estariam sendo, cada vez mais, monopolizados por grandes conglomerados empresariais⁸.

Andy Opel (2004), pesquisador e professor do Departamento de Comunicação da Universidade da Flórida, busca teorizar as manifestações de ativismo e reforma da mídia, conforme sugerido por McChesney e Nichols (2002a, 2002b), como um movimento social próprio – ou, como o autor especifica, um “proto-movimento social” (Opel, 2004: 3) – a partir de um estudo de caso sobre a relação da FCC com aquilo que ele chama de micro-rádios⁹. De acordo com Opel (2004), as micro-rádios norte-americanas, desde o seu aparecimento, travaram intensas batalhas legais para garantir seu direito de existência. Seus esforços foram recompensados apenas em 2000 – ainda que alguns tenham entendido a vitória como uma condição negativa de institucionalização – com a criação, por parte da FCC, de uma nova categoria de licença, destinada às rádios FM de baixa potência.

Para o pesquisador estadunidense, os protestos pelas micro-rádios e as demais manifestações do movimento de ativismo e reforma da mídia pela regulamentação do sistema de comunicações norte-americano funcionam de modo semelhante ao ativismo ecológico. Segundo o autor,

Um processo de reconceitualização da mídia está acontecendo nos Estados Unidos na virada do milênio. Como o movimento ambiental, o movimento de ativismo e reforma da mídia está levantando questões sobre o papel da mídia na vida social, questionando a organização da mídia e trabalhando para restabelecer o poder de pessoas locais se comunicarem umas com as outras sem a intervenção de uma corporação global de mídia (id ibid.: 3).

⁸ As intervenções de McChesney e Nichols não se restringiram ao texto no jornal *The Nation* e ao livro supracitado. Eles continuaram produzindo artigos sobre o tema e fundaram a *Free Press*, uma organização não partidária com o intuito de unir esforços das mais diferentes manifestações da sociedade civil para a reforma institucional do sistema de mídia nos Estados Unidos.

⁹ A escolha do autor em tomar as micro-rádios (ou rádios livres, ou, ainda, como prefere a grande mídia, rádios “piratas”) como objeto de pesquisa se deve a sua crença de que estas manifestações se transformaram numa questão de significância formativa para as práticas de ativismo e luta pela reforma do sistema de mídia americano. As rádios livres surgiram na Itália, na década 1970, e rapidamente se espalharam pelo mundo – as primeiras manifestações neste sentido no Brasil se deram, na sua concepção atual, por volta de 1982 (Machado, Magri e Massagão, 1986).

A preferência de Opel (2004) por adotar a nomenclatura “ativismo de mídia”, associada à noção de “reforma da mídia”, já trabalhada por McChesney e Nichols (2002a; 2002b), deve-se ao fato de ele acreditar que o termo “reforma” falha em capturar a natureza criativa, participatória e radical de um grupo mais específico de práticas de contestação midiáticas dentro do movimento, como a produção de *fanzines*, as experiências do Centro de Mídia Independente e as ações de interferência cultural – *culture jamming* (id. *ibid.*: 26). Atividades que servem de inspiração para as iniciativas do ativismo de mídia contemporâneo no Brasil que esta pesquisa procura investigar.

Opel (2004) parte, então, para a identificação de uma tipologia do movimento de ativismo e reforma da mídia norte-americana. De acordo com o autor, estas práticas podem ser organizadas a partir de três categorias: indivíduos e organizações populares; instituições; e discursos acadêmicos. Entre os indivíduos e as organizações populares, incluem-se as práticas mais “criativas e participatórias” do movimento, que em vez de lutarem por uma reforma legislativa do sistema midiático, buscam promover transformações sob o mote “não odeie a mídia, seja a mídia”, costumeiramente associado ao ativista e ex-vocalista da banda *punk* californiana Dead Kennedys, Jello Biafra, e inúmeras vezes repetido nas manifestações em Seattle contra a Organização Mundial do Comércio, quando da criação da rede Indymedia (articuladora dos Centros de Mídia Independentes, em 1999).

McChesney e Nichols (2002a; 2002b) e Opel (2004) sustentam que a emergência da mídia como a temática principal de um movimento social específico se dá a partir das décadas de 1990 e 2000. Os autores circunscrevem estas manifestações ao contexto norte-americano, e definem como objetivo máximo desse movimento influenciar mudanças estruturais na legislação estadunidense no que concerne aos direitos e deveres dos empreendimentos comerciais no campo midiático. No entanto, a hipótese de que a crítica da mídia e da sua cultura possa constituir uma causa específica para um determinado grupo de atores sociais encontra sua melhor formulação no recente trabalho dos pesquisadores canadenses William Carroll e Robert Hackett (2006). Ao observar a emergência de um ativismo progressivo dentro das “democracias liberais anglo-americanas” (Canadá, Reino Unido e Estados Unidos), cujo objetivo é democratizar o conteúdo, as práticas e as estruturas da mídia dominante, eles se propõem a explorar o que chamam de *ativismo democrático de mídia* (*democratic media activism*) a partir das tradições existentes na teoria dos movimentos sociais. Ao mesmo tempo, objetivam questionar se as renovadas práticas de contestação da mídia apontam para cegueiras e potenciais novas direções para a teoria dos movimentos sociais.

Assim, os pesquisadores promovem, inicialmente, uma distinção entre os movimentos de reforma da mídia, que, tipicamente, conformam-se de esforços comerciais e governamentais para transformar as políticas de estado das indústrias comunicacionais e as ações cada vez mais proeminentes por parte da sociedade civil, principalmente a partir dos anos 1990, que se aglutinam em uma re-emergência do ativismo de mídia. Organizado por meio de esforços populares, o ativismo de mídia ambiciona criar ou influenciar práticas e estratégias de mídia, tendo os meios de comunicação como alvos primários, ou subjacentes a outras campanhas que anseiam mudar a opinião pública por causas específicas¹⁰.

Carroll e Hackett (ibid.) oferecem, em seguida, uma caracterização daqueles que estão envolvidos com as práticas de ativismo de mídia e quais são as estratégias de ação adotadas por estes grupos. Seus praticantes podem ser distinguidos em três círculos concêntricos: 1) no centro, estão grupos próximos ou pertencentes à indústria dos meios de comunicação, ou seja, trabalhadores de mídia, jornalistas, produtores independentes, artistas e pesquisadores da comunicação; 2) um segundo círculo, mais abrangente, inclui grupos socialmente subordinados, que identificam como sua falta de capital político, econômico, social e cultural pode ser perpetuado pelas representações midiáticas, o que os levam, principalmente quando tomam uma dimensão de movimento social, a pautar a mídia também como alvo de questionamentos; 3) o terceiro e mais aberto círculo se forma de setores difusos que não têm nas políticas e práticas comunicacionais sua preocupação central, mas que se mobilizam ocasionalmente para protestar contra ameaças aos seus princípios nos produtos veiculados na mídia comercial, como associações de pais preocupados com a violência na televisão ou organizações religiosas que advogam por valores éticos nos meios de comunicação.

Os ativistas de mídia se distinguem, também, por suas estratégias de ação no cenário comunicacional. Carroll e Hackett (ibid.) mapeiam os locais de intervenção do ativismo de mídia ao elencar cinco estágios sucessivos na economia política da codificação e da decodificação dos textos midiáticos. Estes lugares seriam: a) a arquitetura institucional das organizações de mídia, que abrange a tecnologia, o fomento financeiro, o controle e o acesso à produção e à distribuição de informação; b) o processo de produção dentro das organizações de mídia, em que se incluem noções de ética e de profissionalismo, do mesmo modo que a rotina diária e as relações com as fontes no jornalismo; c) o conteúdo, os textos, as mensagens

¹⁰ Para Carroll e Hackett (2006), o ativismo de mídia democrático não seria fruto apenas de políticas de “esquerda”, ou “progressistas”. As práticas ativistas pela reforma dos meios de comunicação também podem ser politicamente reacionárias ou conservadoras, no sentido de reforçar padrões existentes de hierarquias e exclusões (id. ibid.: 84).

e os programas disseminados pelo processo produtivo de comunicação e informação; d) as audiências dos meios de comunicação, cuja atenção e negociação dos múltiplos, mas estruturados, significados potenciais dos textos midiáticos condicionam a escala de afetividade ideológica do público em relação aos produtos midiáticos dominantes; e) o “ambiente” cultural e estrutural das instituições de comunicação, incluindo políticas públicas em relação aos meios de comunicação. Resulta-se assim que:

alguns grupos ativistas recorrem ao Estado com agendas para uma reforma institucional, alguns produzem mídia ou tentam cultivar audiências mais críticas, alguns monitoram, criticam ou intervêm na mídia corporativa num esforço pra mudar os quadros midiáticos (Carroll e Hackett, 2006: 86).

Somados os diferentes atores sociais envolvidos nas práticas de contestação midiática aos distintos lugares de intervenção, os autores canadenses apresentam o ativismo de mídia democrático como um campo desordenado, mal articulado e caótico de ação coletiva. Além disso, vários grupos que se lançam na luta pela democratização da mídia estão em transversalidade, ou mesmo embutidos, em outros movimentos sociais, que levantam temas diferentes do que as questões de assimetrias de poder no âmbito comunicacional. Com isto em mente, Carroll e Hackett (ibid.) se indagam sobre a significância e o potencial político do ativismo de mídia democrático. Indagam, também, se é possível entender estas manifestações como um novo movimento com preocupações, ações e uma agenda própria, se é um novo estilo de fazer política que atravessa os diversos movimentos sociais, ou ainda, se é necessário construir outra descrição para estas atividades.

Para responder a estas questões, os autores canadenses acreditam que podem se valer da teoria dos movimentos sociais, formulada na Europa e nos Estados Unidos desde a década de 1960. Os pesquisadores se interessam especificamente por dois paradigmas desta teoria: a *teoria de mobilização de recursos*, cultivada basicamente no contexto acadêmico norte-americano, e a *teoria dos novos movimentos sociais*, baseada principalmente em trabalhos de intelectuais europeus. A primeira, a teoria da mobilização de recursos, tem como questão principal de que maneira os movimentos sociais se formam e se engajam em uma ação coletiva; suas análises tendem a se localizar entre o nível micro e o macrosocial, com um especial interesse nas condições que possibilitam ou limitam a mobilização do movimento, além de oferecer uma concepção de movimento social que enfatiza os interesses partilhados e os tipos de organização social que permitem o engajamento de um grupo social em torno de uma causa comum.

Já a segunda, a teoria dos novos movimentos sociais, aborda a razão do surgimento de modalidades específicas de identidade coletiva a partir da década de 1960 na Europa e nos Estados Unidos e questiona-se sobre sua significância política. Sua abordagem tem um caráter de maior abrangência, visto que se interessa pelas transformações de ordem macrossociais que criaram novos contextos para a formação de territórios cognitivos distintos. Assim, a teoria dos novos movimentos sociais entende os movimentos sociais dentro de um contexto de lutas discursivas e de construções de identidade coletiva e menos como grupos de interesse comum.

A proposta de Carroll e Hackett (ibid.) é fazer uma espécie de síntese destas duas perspectivas, com a intenção a suplantando deficiências existentes em ambas e, ao mesmo tempo, aproveitar as qualidades das duas. Meu interesse neste deslocamento teórico, porém, é forçosamente pragmático e atém-se ao resultado da análise do ativismo de mídia democrático. O primeiro ponto levantado advém do postulado da teoria da mobilização de recursos que demonstra uma relação de assimetria dependente entre os movimentos sociais e a mídia. Apoiados no trabalho dos cientistas políticos americanos William Gamson e Gadi Wolfsfeld, Carroll e Hackett (ibid.) demonstram que os movimentos sociais precisam da cobertura da mídia para atingir a opinião pública muito mais do que a mídia precisa dos movimentos sociais. No entanto, como a mídia *mainstream* propicia muitas vezes benefícios imediatos a alguns grupos sociais ativistas, nem todos os movimentos enxergam a reforma do cenário midiático como uma prioridade, visto que a mídia, em última instância, é tratada de maneira instrumental.

Com esta perspectiva, os autores americanos sugerem uma distinção entre o “ativismo convencional” e o ativismo de mídia: “o primeiro faz um uso estratégico da mídia (seja ela *mainstream* ou própria) como um meio em direção a outro fim político; o último aborda a mídia como (pelo menos de forma temporária) um fim em si mesmo” (id. ibid.: 88). Os pesquisadores, todavia, ressaltam que, na prática, é impossível separar o ativismo convencional do ativismo de mídia, uma vez que o que muitos ativistas de mídia fazem em termos de produção alternativa de mídia para questionar o próprio ambiente midiático é idêntico aquilo que outros movimentos sociais produzem na busca por solucionar seus problemas de dependência dos meios de comunicação para atingir a opinião pública. Entretanto, há uma diferença, uma vez que para o ativista midiático, os meios de comunicação não são um instrumento político, mas um “bem coletivo” em si mesmo.

Com o intuito de tentar especificar o ativismo de mídia democrático como um movimento social próprio, Carroll e Hackett (2006) se apropriam, então, de outra ferramenta

analítica das teorias dos movimentos sociais para identificar o *repertório de ações coletivas* do ativismo de mídia na intenção de identificá-lo como um campo político emergente. São listados, assim, quatro tipos predominantes de ação para a democratização dos meios de comunicação: 1) influenciar o conteúdo e as práticas da mídia dominante; 2) advogar por reformas das políticas governamentais sobre os meios de comunicação; 3) criar mídias independentes, democráticas e participativas¹¹; 4) mudar as relações entre a audiência e a mídia, ao buscar um “empoderamento” dos receptores.

Os autores americanos, porém, não se convencem se este repertório de ação, por eles mesmos identificado, é próprio do ativismo de mídia democrático, ou se são usados, de maneira seletiva, também por movimentos sociais já estabelecidos. De qualquer modo, o ativismo de mídia possuiria uma ecologia organizacional bastante diversificada, em que:

Diferentes grupos, organizados de diferentes maneiras e possuindo agendas distintas, constroem e retrabalham as políticas de mídia. Esta ecologia é pontuada não só por diferenças nos repertórios de ação, mas de forma relacionada, pelas diferenças nos modos de organização social (id. *ibid.*: 89).

Passando para a análise do ativismo de mídia a partir do paradigma da teoria dos novos movimentos sociais, que tem no pensador Alberto Melucci um de seus maiores articuladores, Carroll e Hackett (*ibid.*) concluem que o ativismo de mídia ainda não possui uma identidade coletiva coesa. Todavia, a partir desta constatação, lançam uma segunda hipótese sobre o estatuto constitutivo do ativismo de mídia, em que o sinal de fraqueza se tornaria a abertura de outras capacidades de ação. Mais especificamente, o ativismo de mídia não seria um movimento social em si mesmo, mas um agente de ligação dos mais diferentes movimentos sociais. Sua qualidade não estaria em possuir limites bem demarcados, mas na habilidade de driblar fronteiras e abrir espaços de diálogo. Nas palavras dos autores:

Uma boa parte do ativismo de mídia se concentra exatamente em torno desse tipo de empreitada que busca estender fronteiras. Se o ativismo de mídia é mais sobre construir uma “política de conexões” do que construir seu próprio sistema de ação composto, a falta de uma identidade coletiva clara e regular entre os ativistas pode indicar seu sucesso na construção dos círculos sociais

¹¹ Carroll e Hackett (2006) fazem duas subdivisões no processo de criação de mídias alternativas, uma entre mídias baseadas na auto-gestão e mídias com interesse na disseminação de contra-informação, dependendo se elas focam o processo democrático ou a luta contra-hegemônica. Uma segunda bifurcação das práticas alternativas de mídia seria a de que elas ora se realizam em veículos de comunicação “concretos” (jornais, revistas, páginas eletrônicas, vídeos, etc.) ora se revelam ações que buscam fomentar a competência das audiências na capacidade de produzir mídia – ou seja, uma capacitação técnica e de linguagem para produção midiática.

interseccionais que a coalizão política radical precisa (...) Nas redes de ativismo que cruzam vários grupos, os ativistas de mídia podem fazer o papel dos “cosmopolitas”, estendendo-se a diferentes setores e aumentando as expectativas para coalizões de formações contra-hegemônicas (Carroll e Hackett, 2006: 93-94).

Os pesquisadores canadenses concluem seu trabalho com a afirmação de que o ativismo de mídia ainda não possui um lugar próprio na constelação de movimentos sociais contemporâneos. Sustentam que seu repertório de ações transformou as modalidades de protesto de um modo geral, produzindo, portanto, ações coletivas mais reflexivas. Ao mesmo tempo, o ativismo de mídia se encontra em contínuo cruzamento com outros movimentos sociais, com tal intensidade que se permite constantemente transgredir fronteiras políticas. De todo modo, seu potencial crítico o transforma em uma das manifestações chaves para as mobilizações sociais emergentes, dada a onipresença da mídia na contemporaneidade.

Mesmo que as ponderações de Carroll e Hackett (2006) explicitem de forma mais complexa, ainda que inconclusiva, o ativismo de mídia democrático, o movimento é circunscrito aos países anglo-americanos e é tratado como um tipo de protesto emergente, uma novidade – ainda que os autores frisem que o ativismo de mídia democrático tenha suas raízes nas décadas de 1960 e 1970. Somente na abordagem de dois autores franceses, Dominique Cardon e Fabien Granjon (2003), as práticas de contestação midiática atuais, que têm na mídia sua causa específica, ganham uma visão global e histórica, mesmo que se conformem de modo incipiente como um movimento social próprio.

Cardon e Granjon (ibid.) têm como objetivo identificar as raízes históricas das mobilizações informacionais e comunicacionais do Movimento de Ação Global. Nesse intuito, deparam-se – não só na França, mas em diversos países – com um grupo de atores sociais muito heterogêneo, formado por praticantes de mídia alternativa, os já citados “cães de guarda” da mídia, associações e iniciativas diversas que aspiram à democratização do acesso à informação e aos meios de comunicação, organizações com interesses especiais em mudar as formas de regulamentação do espaço midiático, especialistas em questões de comunicação, universitários, *hackers*, militantes por uma internet cidadã etc. Os pesquisadores utilizam o termo “mobilizações informacionais”¹² para designar estas manifestações, que são definidas como:

¹² No original, “mobilisations informationelles”. No entanto, os autores relembram as discussões sobre comunicação *versus* informação nos anos 1970 e 1980 e ressaltam que o termo correto seria “mobilizações informacionais e comunicacionais”. A abreviatura se daria apenas por conveniência de estilo. Neste texto, inverte a abreviação original dos autores franceses, pois as práticas aqui analisadas são justamente aquelas que não conseguem ser apreendidas apenas em seu âmbito informacional.

Mobilizações multiformes cuja ambição é implementar seus próprios dispositivos de produção de informação e/ou democratizar a mídia enquanto agindo nas suas mensagens, nas suas práticas, nas suas organizações ou no contexto legislativo que as governa, com o objetivo de encorajar os cidadãos a se expressarem e ajudar no alargamento da participação no espaço público (id. ibid.).

A intenção de Cardon e Granjon (ibid.) é explorar a história (no que concerne às mudanças sociotécnicas da comunicação, assim como a transformação dos contextos nacionais específicos) e os atores sociais envolvidos com a militância comunicacional, constituída, de maneira particular, ao redor da crítica midiática e de iniciativas que objetivam implementar práticas alternativas em relação à mídia tradicional. Com este premissa, os pesquisadores franceses sugerem a possibilidade de se distinguir dois modos singulares de apreender as mobilizações comunicacionais e identificam dois modelos de crítica à mídia tradicional: o da *crítica contra-hegemônica* e o da *crítica expressivista*.

A *crítica contra-hegemônica* se pauta por um viés de preocupações ideológicas e da ordem da economia política dos meios de comunicação. Suas manifestações denunciam a função propagandista da mídia dominante, problematizam a distribuição desigual do fluxo de informação em escala planetária, questionam as alianças da imprensa com o mundo corporativo e lutam contra o cerceamento da liberdade de expressão na profissão jornalística. A perseguição do lucro e o conseqüente sensacionalismo também são alvos prediletos da *crítica contra-hegemônica*. De acordo Cardon e Granjon (ibid.), esta vertente do militantismo comunicacional tem origem, em grande parte, nas Ciências Sociais. Por isso, seus questionamentos recaem, com ênfase, na construção da verdade pela mídia e as possíveis deformações nas representações sociais.

O modelo contrário de mídia ambicionado pela *crítica contra-hegemônica*, portanto, inclui a busca por transformações na regulação dos sistemas midiáticos nacionais, um rebalanceamento dos fluxos de informação entre as nações, um reforço do setor público de informação e de comunicação e uma autonomização dos produtores de mídia das pressões do mercado e do público para a formulação de alternativas. Estas alternativas levam em consideração questões de exatidão da informação, o distanciamento e o pensamento reflexivo, resultado de investigações de longo prazo que promovem rupturas com as fórmulas de apreensão da realidade já dadas, mas que, ainda assim, mantêm uma relação de integração fraca entre o escritor e o leitor, pois exigem um alto grau de especialização por parte dos comunicadores.

Já a *crítica expressivista* se caracteriza por ações coletivas que fundamentam sua crítica em uma recusa de seus promotores a se fecharem em si mesmos como um círculo restrito de produtores de informação. O tensionamento das dimensões ideológicas da produção midiática dá lugar, deste modo, a questionamentos sobre a assimetria mantida pela mídia instituída em relação a sua audiência. Tanto na mídia dominante quanto mesmo no âmbito das práticas de contestação, a *crítica expressivista* rechaça a monopolização da fala por profissionais, porta-vozes ou especialistas. Sua intenção, conseqüentemente, não é reformar o sistema de mídia ou promover uma transformação da prática jornalística profissional em vista de uma representação mais fiel ou mais justa da realidade social pelos meios de comunicação.

Almeja-se, em outra esfera, fomentar a apropriação coletiva da mídia, e não só para as grandes massas, mas também para as minorias, grupos marginais e desviantes de várias naturezas¹³. Aqui, a disputa sobre a legitimação de visões do mundo antagônicas, ou o desafio de revelar fatos ocultos ou distorcidos pelos meios de comunicação dominantes cede espaço para o ataque ao princípio de passividade do receptor e a busca pela multiplicação do número de transmissores de informação e de cultura. Há um deslocamento de preocupações objetivas para temáticas de ordem subjetiva. A garantia de uma diversidade de pontos de vista se coloca mais importante do que a objetividade, considerada impossível, ou mesmo pouco desejável, caso ela seja adquirida ao custo da redução do número de produtores de informação.

Logo, o modelo contrário que a *crítica expressivista* propõe frente a produção *mainstream* de mídia opera em tentativas de ultrapassar as limitações impostas pelos formatos dos meios de comunicação, que tendem a privilegiar a perspectiva do emissor. Envolve também o questionamento das competências e das qualidades sociais e culturais (diferentes saberes que incluem desde o manejo técnico do aparato midiático até o domínio da linguagem de uma dada forma de expressão), entendidos comumente como pré-requisitos para a participação no universo midiático – da expressão corporal frente a uma câmera de vídeo ao domínio da técnica do *lead* no jornalismo, por exemplo. Por isso, Cardon e Granjon (ibid.) argumentam que a *crítica expressivista* desenvolve uma abordagem quanto à mídia que é processual – ou seja, ela valoriza o caminho percorrido e não dá tanta ênfase aos resultados

¹³ Felix Guattari, filósofo e psicanalista francês, é identificado por Cardon e Granjon (2003) como um dos promotores mais influentes da crítica expressivista. Notório por suas teorizações sobre o potencial político dos “grupos” - ou seja, grupos marginais e desviantes – cunhou também a noção de “era pós-mídia”, em que o autor pressupõe um futuro onde as mídias sejam apropriadas coletivamente pelo público. Vale ressaltar, também, a participação ativa de Guattari na criação das rádios livres nos contextos italiano e francês, nas décadas de 1970 e 1980 (Cf. Guattari, 2005 [1989], 1992; Guattari e Rolnik, 1986).

propriamente ditos. Por conseguinte, o objetivo se torna redistribuir e generalizar a capacidade dos atores sociais de tomar posse dos meios de simbolização e representação do seu mundo social.

Mesmo no interior de cada um dos dois horizontes críticos, o da *crítica contra-hegemônica* e o da *crítica expressivista*, Cardon e Granjon (ibid.) ressaltam que diferentes atividades se instrumentam da mídia de diferentes maneiras, dados os contextos históricos, sociais, econômicos, políticos e culturais em que emergem. Vale salientar, também, que a distinção analítica entre os dois horizontes críticos feita pelos pesquisadores franceses é percebida por meio de pesquisas empíricas feitas por Carroll e Hackett (2006). Ao identificarem quatro artifícios predominantes no repertório de ações coletivas do ativismo de mídia, os autores canadenses notam uma divisão de intenções através de entrevistas feitas com manifestantes canadenses, americanos e ingleses. Por um lado, são observadas atividades que se voltam para a denúncia da perpetuação das ideologias dominantes nos discursos nas representações da mídia *mainstream* – que pertenceriam ao rol de práticas da *crítica contra-hegemônica*. Por outro, são percebidas ações dirigidas à sociedade civil, emergidas da própria sociedade civil, que desejam criar alternativas democráticas na mídia – que se alinhariam à corrente de *crítica expressivista*.

Para Carroll e Hackett, “é impressionante quantos dos nossos entrevistados parecem priorizar ou a primeira ou as duas últimas [formas de ação no ativismo de mídia]¹⁴. Isto sugere certa divisão do trabalho, e talvez de estilo político, dentro do campo do ativismo de mídia democrático” (2006: 89). É preciso notar, porém, que, apesar de ser uma interessante ferramenta analítica, a taxonomia das mobilizações comunicacionais oferecida pelos pesquisadores canadenses e franceses não é estanque, e a distinção entre os dois modelos não é excludente.

Os Centros de Mídia Independente, por exemplo, se valem das possibilidades da internet de manter uma ferramenta de publicação aberta, onde qualquer leitor pode contribuir com a produção de conteúdo. Desta maneira, parecem conseguir unir a crítica ideológica e a valorização da objetividade da informação à importância dada à aproximação entre autores e leitores, assim como questionam a necessidade de especialização nas técnicas jornalísticas para reportar os fatos. Aliás, a própria distinção, também valiosa para a análise das práticas de contestação midiática, da mídia enquanto uma das variáveis levadas em consideração por

¹⁴ Sendo que a primeira seria influenciar o conteúdo e as práticas da mídia dominante e as duas últimas: criar mídias independentes, democráticas e participativas e mudar as relações entre a audiência e a mídia, ao buscar um empoderamento dos receptores

movimentos sociais com causas específicas e o ativismo de mídia como um movimento social em si mesmo, em que os meios de comunicação se tornam a sua própria causa específica, é problematizada pelos Centros de Mídia Independente. Afinal, os endereços eletrônicos dos diversos coletivos do CMI ao redor do mundo abrigam notícias e servem de espaço para movimentos sociais dos mais variados tipos, desde que em acordo com a política editorial da rede – o que demonstra uma dimensão ideológica determinante e uma constante transversalidade entre as diferentes mobilizações sociais pelas mais diferentes causas. Por outro lado, a própria experiência de possibilitar a publicação imediata de um artigo por qualquer leitor exprime uma preocupação ostensiva com a causa midiática.

Como Carroll e Hackett (2006) salientam, utilizando a própria rede Indymedia como exemplo, quando o ativismo de mídia é bem sucedido, produz bens coletivos para todos os setores ativistas. As práticas de contestação midiáticas operam mais próximas a todo o seu potencial em conjunto com outros movimentos sociais e, enquanto encontram sucesso, facilitam os protestos de outros movimentos. Porém, manifestações por causas específicas que não a mídia, ao buscarem seus objetivos imediatos, nem sempre se fazem valer do ativismo de mídia. Por isso, as mobilizações comunicacionais precisam, ao mesmo tempo, alinhar-se produtivamente a outras manifestações, assim como demonstrar o valor prático da democratização dos meios de comunicação para todos os movimentos sociais.

Para além do horizonte prático, no entanto, estas distinções, mesmo que não consigam evitar casos fronteiriços e resolver todas as contradições decorrentes da diversidade de práticas da militância comunicacional e da sua confluência com outros movimentos sociais, apreendem inclinações mais sutis na compreensão de ações que se encontram no cruzamento dos terrenos da comunicação e da política. É possível estabelecer, a partir desta perspectiva, um novo lugar para interrogar as práticas de contestação midiática. Ao assumir a existência de um aglomerado de iniciativas, principalmente da sociedade civil em relação à própria sociedade civil, mas também direcionadas ao Estado, que têm no questionamento da mídia dominante e na busca por alternativas mais democráticas para os meios de comunicação sua causa primária – ou, pelo menos, uma de suas bandeiras principais – torna-se possível identificar, de modo análogo ao feito de McChesney e Nichols (2002a; 2002b) nos Estados Unidos, manifestações nacionais de cunho crítico, que, na sua aparente disparidade, convergem em uma possível “ecologia organizacional” de mobilizações comunicacionais que buscam a transformação do ambiente midiático brasileiro.

Utilizando a tipologia de mobilizações ativistas proposta por Opel (2004: 27), somada às ponderações de Carroll e Hackett (2006) e Cardon e Granjon (2003), é viável distinguir três agrupamentos centrais de práticas de contestação midiática. Aquelas que partem de indivíduos e organizações populares, aquelas que partem de instituições, em sua maioria não governamentais (lucrativas ou não), e os discursos acadêmicos sobre os meios de comunicação (Opel, 2004). Cada um desses agrupamentos, ainda muito diversificados, mas dotados de certa especificidade, seria formado por atores sociais advindos dos três diferentes círculos concêntricos que Carroll e Hackett (2006) identificam entre os praticantes de ativismo de mídia. Estes, por seu lado, utilizariam de diferentes táticas e estratégias de protesto dentro de um repertório de ações das mobilizações comunicacionais, que seriam determinadas por seus lugares de intervenção (id. *ibid.*). Por fim, os três agrupamentos seriam seccionados pelas duas correntes de práticas de contestação midiática identificadas por Cardon e Granjon (2003), a *crítica contra-hegemônica* e a *crítica expressivista*.

Os indivíduos e as organizações populares constituem talvez o mais diverso grupo de atores sociais e estratégias de ação na convergência das práticas de questionamento e busca por alternativas do ambiente midiático nacional. Por parte da *crítica contra-hegemônica*, encontram-se, por exemplo, comunidades virtuais de monitoramento de mídia que funcionam de maneira autônoma, como o sítio OmbudsPE¹⁵ e o Mídia Sem Máscara. Este último se distingue, porque, apesar de monitorar os meios de comunicação quanto ao seu conteúdo ideológico, afirma em sua descrição que “embora sem recursos para promover uma fiscalização ampla, MÍDIA SEM MÁSCARA colhe amostras, que por si só, bastam para dar uma idéia da magnitude e gravidade da manipulação esquerdista do noticiário na mídia nacional”¹⁶. O que exemplifica como a questão midiática incorpora visões que podem ser classificadas tanto como “progressistas” quanto por “reacionárias”.

Ainda dentro da corrente *contra-hegemônica*, os indivíduos e organizações populares engajados na militância comunicacional poderiam ser identificados nas mais diversas publicações independentes de minorias que questionam a construção da realidade pelos meios de comunicação e a representação midiática de grupos marginais ou opositores, como o jornal *Irohín*, sediado em Brasília e distribuído gratuitamente para todo o Brasil, cuja linha editorial pauta-se na luta contra o racismo. Incluem-se neste grupo, ainda, artistas independentes ou até mesmo comerciais – como o *rapper* B-negão, que disponibilizou, em 2003, as faixas de seu disco *Enxugando gelo* gratuitamente em formato *mp3* no endereço

¹⁵ Cf. <http://www.concepto.com.br/ccf/ombudspe.php>.

¹⁶ <http://www.midiasemmascara.com.br/quemsomos.php?language=pt>.

eletrônico do Centro de Mídia Independente como manifestação a favor de uma reconceitualização das leis que regem os direitos autorais¹⁷.

Já na vertente *crítica expressivista*, é encontrada uma miríade de manifestações autônomas que buscam superar o fosso existente entre os consumidores e os produtores de mídia, ou aqueles que buscam experimentar novas linguagens ou novos usos para os meios de comunicação de modo a torná-los mais participativos. Assim, experiências de comunicação comunitária e popular que trabalham fora da esfera institucional somam-se a veículos independentes que buscam fomentar a participação de seus usuários sob um modelo organizacional de auto-gestão. Experimentações artísticas de intervenção urbana também se juntam à *crítica expressivista* advinda de indivíduos e organizações populares, uma vez que pretendem promover a cidade como lugar de comunicação, além de muitas vezes trabalharem na adulteração de mídias publicitárias ou sinalizações públicas.

Enquadram-se aqui, ainda, as práticas que buscam fomentar um posicionamento ativo, crítico e politizado do consumidor de produtos da mídia dominante em seu próprio ato de consumo. Pode-se enxergar um conjunto amplo de práticas ativas dos consumidores e usuários de mídia: das leituras diferenciadas, passando pelas apropriações e intervenções nos textos culturais midiáticos, até o uso material dos aparatos técnicos de comunicação.

Entre as instituições, a *crítica contra-hegemônica* encontra exemplos diversos nas organizações não governamentais de monitoramento da mídia como o Observatório da Imprensa¹⁸; a Rede ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância)¹⁹ e a MIDIATIVA (Centro Brasileiro de Mídia para Crianças e Adolescentes)²⁰, sendo que estas duas últimas

¹⁷ A propriedade intelectual é um tema caro às mobilizações comunicacionais que se focam no universo de comunicação digital. Com o surgimento da internet, tornou-se possível não só produzir colaborativamente, mas também trocar informação e cultura dentro de um novo paradigma, que desafia a concepção de direito autoral vigente. Esta questão será aprofundada mais adiante.

¹⁸ Que se caracteriza como uma “entidade civil, não-governamental, não-corporativa e não-partidária que pretende acompanhar, junto com outras organizações da sociedade civil, o desempenho da mídia brasileira”. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/objetivos.asp>. Acesso em 10/12/2007.

¹⁹ Descrita como “uma parceria entre organizações de comunicação que atuam na promoção dos direitos de meninas e meninos brasileiros em diversas regiões brasileiras.” Segundo o site da Rede ANDI, seus objetivos são: a) consolidar uma cultura jornalística que priorize a cobertura de temas que contribuam para a promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente; b) contribuir para o desenvolvimento de uma cultura nas instituições e entre os profissionais que atuam na área da infância e adolescência que valorize o diálogo ético e sistêmico com os jornalistas e que vise o desenvolvimento de ações permanentes de comunicação; c) apoiar na formação de estudantes universitários para atuarem como agentes de comunicação e mobilização social. Disponível em http://www.andi.org.br/mini_sites/rad/?to=a_rede. Acesso em 10/12/2007.

²⁰ De acordo com o site da instituição: “O MIDIATIVA tem como missão pro/mover o pensamento crítico sobre a mídia e contribuir para a melhoria da qualidade da programação televisiva e demais mídias eletrônicas destinadas a crianças e adolescentes. Criado em abril de 2002, o MIDIATIVA - Centro Brasileiro de Mídia para Crianças e Adolescentes é uma associação civil sem fins lucrativos, formada por um grupo multiprofissional que atua nas áreas da Comunicação e da Educação.” Disponível em: <http://www.midiativa.org.br/index.php/midiativa/content/view/full/101/>. Acesso em 10/12/2007.

conjugam as questões dos direitos da infância e dos meios de comunicação. A *crítica contra-hegemônica* pode ser encontrada ainda em revistas comerciais de circulação nacional, como a Caros Amigos e a Carta Capital, que sistematicamente se opõe ao que denominam de “grande mídia”, com o apoio de editoras comerciais.

Numa vertente *crítica expressivista*, por sua vez, destaca-se o programa Onda Cidadã, organizado pelo Itaú Cultural (instituição veiculada ao grupo financeiro Itaú) que tem como objetivo incentivar o desenvolvimento de rádios comunitárias, públicas e universitárias, que “transmitem conteúdo cultural, educacional e social”²¹, além de refletir também sobre outras formas autônomas de comunicação. Ainda nesta corrente, organizações não governamentais e demais empreendimentos do terceiro setor têm se aglomerado em ações voltadas para a inclusão digital²².

Já os discursos acadêmicos encontram sua expressão de *crítica contra-hegemônica*, por exemplo, nas diversas análises ideológicas dos textos culturais feitas por pesquisadores nacionais da área de comunicação, com a intenção de fomentar a pedagogia de mídia, ou então, por meio de denúncias baseadas em investigações na economia política da indústria dos meios de comunicação. Alinham-se neste agrupamento, também, pesquisas sobre a história das práticas midiáticas, muitas vezes com o intuito de relembrar episódios em que a mídia teve papel político decisivo – seja ao influir nos acontecimentos de modo a corroborar com o projeto social hegemônico, seja ao assumir o papel de confrontar o *status quo*. A corrente *expressivista* encontra menos vazão no discurso acadêmico, mas poderia ser exemplificada com projetos de extensão universitários, como a Escola Popular de Comunicação Crítica do Complexo da Maré (ESPOCC), no Rio de Janeiro, onde professores e pesquisadores da área de comunicação dão aulas teóricas e técnicas sobre mídia, com a intenção de produzir “um comunicador social crítico”, trabalhando assim com o objetivo de estimular as competências necessárias para o público produzir mídia²³.

²¹ Cf. http://www.itaucultural.org.br/index.cfm?cd_pagina=2132ecd_materia=1822. Acesso em 10/12/2007.

²² O termo *inclusão digital* carrega uma boa dose de controvérsia. Dimantas (2006) apresenta pelo menos cinco concepções diferentes da noção de inclusão digital. Para o autor, a indústria da tecnologia, o terceiro setor, o Estado, a comunidade acadêmica e os grupos ativistas autônomos teriam, cada um, compreensões diferentes do que acarreta a inclusão digital. Ela poderia ser entendida desde a integração do cidadão dentro do mercado consumidor de tecnologias de informação e comunicação até uma forma de apropriação crítica da tecnologia que ultrapassaria o acesso aos meios e a capacitação profissional.

²³ Um dos principais referenciais teóricos utilizados na ESPOCC são os postulados de Gramsci (Coutinho e Paiva, 2007), que tem maior penetração na corrente crítica contra-hegemônica. Considero, contudo, que a iniciativa possa ser incluída dentro da corrente crítica expressivista porque ela não se resume a uma crítica ideológica das práticas comunicacionais instituídas, mas também cultiva competências e habilidades no manejo dos meios de comunicação por parte de seus alunos, no intuito de propiciar que estes se tornem capazes de assumir o protagonismo na produção de suas representações sociais. Esta ambigüidade demonstra, porém,

Não pretendo aqui, mais do que exemplificar um esboço do que poderia ser apreendido como uma ecologia organizacional das práticas de contestação midiática nacionais. Meu intuito, no entanto, não é classificar, nem fazer uma análise organizacional das mais diferentes práticas de contestação midiática e busca por alternativas democráticas para os meios de comunicação nacionais. Este mapeamento (não exaustivo) de manifestações da militância comunicacional no Brasil tem sua relevância principal – ao menos para esta pesquisa – para permitir localizar, de forma mais específica, o ativismo de mídia contemporâneo em terreno nacional, como configurado nas práticas de grupos, coletivos e iniciativas como Mídia Tática, MetaReciclagem, Poro, Media Sana, Grupo de Interferência Ambiental, Orquestra Organismo, Estúdio Livre, Rádio Interferência, Rádio Muda, entre vários outros.

Torna-se possível, deste modo, constituir um lugar de observação destas manifestações que não as resumam como práticas resultantes das atividades das culturas juvenis inseridas na crítica mundial ao projeto de globalização neoliberal (Cabral, 2007; Jordan, 2002), uma adequação dos protestos políticos às lógicas midiáticas, em busca de conquistar terreno na opinião pública de sociedades extremamente midiaticizadas (Assis, 2004; 2005; 2006), práticas que constituem um “duplo crítico” da publicidade e um ataque simbólico às corporações (Klein, 2002; Ravier, 2005), atividades restritas à internet ou completamente dependentes das potencialidades oferecidas pelas mais recentes tecnologias de comunicação e informação (Dimantas, 2006; Meikle, 2002; 2003), uma politização da arte e seu deslocamento para o cotidiano e para a mídia (Araújo, 2007; Monachesi, 2003), ou mesmo um entendimento que toma estas manifestações de forma “imaneente”, a partir dos conceitos oferecidos pelas próprias práticas ativistas (Caetano, 2006; Fernandez-Delgado, 2006).

Em especial, trabalhos como os de Cabral (2007), Ravier (2005) e Caetano (2006) conseguem, até certo ponto, extrapolar a fragmentação do entendimento das manifestações do ativismo de mídia contemporâneo ao se valerem de abordagens multidisciplinares, estudarem casos específicos sem perderem de vista um contexto mais amplo de manifestações críticas de mídia ou se aprofundarem de maneira exemplar na historização destas práticas. A questão, portanto, não é invalidar estes pontos de vista, mas talvez, de forma seletiva, uni-los.

Qualquer tentativa de apreensão do ativismo de mídia contemporâneo nacional e estrangeiro se originará de interesses subjetivos dos pesquisadores, da adequação da investigação das práticas ativistas a quadros de referência teórica pré-estabelecidos, ou de

apenas que a divisão entre as manifestações das correntes críticas expressivista e contra-hegemônica tem uma finalidade analítica, e que, na realidade, podem ser conjugadas.

recortes específicos de pesquisa, seja de um determinado campo de conhecimento, seja na escolha de determinados grupos e manifestações como objeto de investigação. Esta pesquisa não foge à regra e também se limita por estas opções.

No entanto, acredito que seja possível, a partir do recorte e da “localização” que proponho para estas práticas, construir um modelo de apreensão para estas manifestações capaz de, por um lado, especificar de forma mais contundente suas características e, por outro lado, demonstrar a amplitude de conexões que estas manifestações conjugam entre os diversos campos do saber. Pretendo evitar, com isto, que as manifestações de ativismo de mídia contemporâneas ora sejam entendidas dentro do campo da arte, ora dentro do campo comunicacional, ora dentro do campo político. Por vezes, resumidas a atividades que surgiram com a popularização dos meios digitais, enquanto em outras pesquisas emergem como atividades completamente novas, sem qualquer relação com práticas de contestação midiática anteriores.

Abordo o ativismo de mídia nacional contemporâneo representado por grupos que se articulam através de uma rede que se materializa em encontros como o Mídia Tática Brasil (São Paulo, 2003), FindETático (São Paulo, 2004), Digitofagia (São Paulo e Rio de Janeiro, 2004), as três versões do Submidialogia (Campinas, 2005; Recife, 2006; Lençóis, 2007) e as duas versões do Upgrade! (Salvador, 2006 e 2007) e que se organizam por meio de listas de discussão abertas como Coro Coletivo²⁴, Submidialogia²⁵, Centro de Mídia/IP²⁶, Mídia Tática Brasil²⁷, MetaReciclagem²⁸ e *Nettime*²⁹, listas de discussão fechadas, além de *softwares online* de relacionamento social como o Conversê³⁰.

O ativismo de mídia nacional arregimenta principalmente pessoas próximas à indústria da comunicação e das chamadas indústrias criativas: de trabalhadores e ex-trabalhadores da mídia comercial, passando por pesquisadores e estudantes de comunicação, até músicos, artistas plásticos, cartunistas, grafiteiros e outros produtores culturais, além de aficionados por computação. Ou seja, são grupos majoritariamente formados fora das instituições, ainda que, por vezes, façam alianças temporárias com organizações não governamentais ou até mesmo com o Estado. Os locais de intervenção do ativismo de mídia contemporâneo são principalmente os textos e as próprias tecnologias disponíveis no processo produtivo de

²⁴ <http://br.groups.yahoo.com/group/corocoletivo/>.

²⁵ <http://lists.riseup.net/www/arc/submidialogia>.

²⁶ <http://lists.riseup.net/www/arc/centrodemidia>.

²⁷ Cf. <http://br.groups.yahoo.com/group/midiatatica/>.

²⁸ Cf. <http://mail.dischosting.nl/pipermail/metarec/>.

²⁹ Cf. <http://www.nettime.org/cgi-bin/mailman/listinfo/nettime-lat>.

³⁰ Cf. <http://converse.org.br/>.

informação, comunicação e cultura, assim como as audiências dos meios de comunicação. A partir do consumo da mídia e da sua cultura, o ativismo de mídia contemporâneo estabelece experiências que visam ressignificações e reapropriações do aparato técnico de mídia e dos discursos e das representações irradiados pela cultura dominante. As estratégias de ação empregadas pelo ativismo de mídia contemporâneo giram em torno, sobretudo, de produzir mídias independentes e participativas em conjunto com o público. Nesta escolha repousa a expectativa de criar novas técnicas e novas linguagens no manejo dos meios de comunicação que impulsionem uma produção cultural capaz, por sua vez, de possibilitar a experimentação radical da livre expressão dos indivíduos, além fomentar a reflexão crítica sobre sua realidade.

Nesta visão, o ativismo de mídia contemporâneo se configura como parte integrante das mobilizações sociais que tomam os meios de comunicação como causa específica, ainda que esteja em diálogo contínuo com movimentos sociais orientados por causas distintas. Com uma preocupação essencial em aproximar produtores e usuários de mídia, enquadra-se dentro da corrente crítica expressivista, pois valoriza questionamentos de ordem subjetiva, e às vezes até individualista, acima de questões de cunho objetivo.

Frente o discurso racional e argumentativo comum à crítica contra-hegemônica, em que o tom de denúncia é somado à promoção de esperanças e de projetos futuros dentro de um contexto muitas vezes institucional que cobiça influenciar políticas públicas no terreno comunicacional, o ativismo de mídia contemporâneo opera de forma autônoma, pragmática e prefigurativa. Apoiadas num *ethos* “faça você mesmo” remanescente da tradição anarquista auto-gestionária e da cultura *punk* – ainda que essas influências nem sempre sejam conscientes – as práticas de mídia ativistas se mostram mais preocupadas, por exemplo, com a relação do sujeito com a técnica, do que com os discursos e as representações sociais. Isto não significa, todavia, que é indiferente à manutenção de críticas ideológicas, que se configuram como uma preocupação subjacente, mas também importante, no ativismo de mídia contemporâneo em suas manifestações no país.

Caracterizado desta maneira, o ativismo de mídia contemporâneo pode ser interrogado a partir de sua relação com os meios de comunicação e, de modo mais específico, como operações que trabalham nas mediações entre o consumo e a produção de mídia. É possível ainda investigar sua relação com a arte, de onde toma emprestado o caráter experimental e seu apelo à criatividade. A especificidade da sua proposta política, participativa e amparada no humor e no prazer, torna-se palpável. Enquanto o impacto das mais recentes tecnologias de comunicação e informação se faz notar através da sua organização em rede e na exploração

das potencialidades abertas pelas ferramentas digitais. Ao conjugar estes temas, é possível um entendimento mais aprofundado das manifestações nacionais que tomam a mídia como questão central de seus protestos e que atualizam as propostas práticas de democratização.

Antes de esmiuçar estas relações, porém, é interessante contextualizar historicamente as práticas de ativismo de mídia contemporâneas, de modo a tornar mais inteligível seu deslocamento no horizonte de ações de contestação midiática. Uma genealogia das mobilizações comunicacionais, mesmo que breve, cria possibilidades de se identificar o legado que o ativismo de mídia atual recebe de investidas prévias na crítica aos meios de comunicação para a construção de propostas de democratização e para a criação novos usos das mídias. Contanto, suas particularidades e rupturas com as iniciativas anteriores, algumas delas ainda em curso também, emergem de modo mais claro.

2. Genealogia da militância comunicacional e suas bases teóricas

É possível sugerir que discursos críticos em relação à mídia e seus usos políticos são tão antigos quanto os próprios meios de comunicação. Downing (2002) enxerga, por exemplo, práticas de mídia radical alternativa bem antes de os meios de comunicação se tornarem, de fato, massivos e se conformarem em uma indústria: no uso de panfletos e xilogravuras na reforma protestante na Alemanha e na difusão da bíblia vernacular, ambos os casos datados ainda do século XVI. No início do século XX, autores como Max Weber (2002 [1910]) já se preocupavam com as relações de poder articuladas pela imprensa, enquanto o movimento anarquista e operário brasileiro da mesma época se caracterizou por uma considerável produção de jornais e panfletos com intuítos políticos e pedagógicos (Ferreira, 1978). McChesney (2006) e Hackett (2000) narram uma primeira e mal-sucedida tentativa de reforma do ambiente midiático estadunidense ainda na década de 1930, num contexto de severa depressão econômica, que originou também algumas das primeiras ações da sociedade civil contra a publicidade corporativa (Klein, 2002). Já para Carroll e Hackett (2006), uma campanha contra o controle empresarial sobre as agências reguladoras de comunicação e os sistemas de mídia comercial começou a emergir somente após eclosão da imprensa alternativa e *underground* nos ciclos de protesto dos movimentos estudantis e contraculturais na década de 1960, já mobilizados por causas em torno de outras arbitrariedades sociais.

Embora seja possível encontrar origens distintas (e, muitas vezes, bastante remotas) para as práticas de contestação nos meios de comunicação, início esta narrativa histórica nas décadas de 1960 e 1970, uma vez que é possível, a partir daí, observar mais detalhadamente os desenvolvimentos internos das correntes críticas expressivista e contra-hegemônica. Num âmbito mundial, tomo como momento inicial desta narrativa os esforços institucionais feitos desde o início dos anos 1960 para a construção de uma nova ordem mundial de informação e comunicação (NOMIC). No Brasil, ainda que os anos 1960 também se caracterizem por uma intensa produção de mídia alternativa contracultural, além de abrigarem iniciativas de denúncia ou tentativas de driblar a censura então vigente, os meios de comunicação massivos só seriam problematizados sistematicamente na década posterior, com a crescente ampliação dos espaços democráticos em decorrência da debilitação da ditadura militar (Azevedo e Rubim, 1998) e também de uma verdadeira sedimentação da própria indústria cultural (Ortiz, 1989).

Para a construção de uma genealogia das mobilizações comunicacionais, amparo-me em especial na investigação histórica de Cardon e Granjon (2003). Interesse-me, aqui, não só pelas práticas de mídia concretas, mas também pelos esforços intelectuais que buscaram apreender estas atividades. Por este motivo, valho-me também dos mapeamentos do campo de pesquisa de Comunicação e Política feitos por Rubim e Azevedo (1998) e França (2000) e de consultas à bibliografia que cobre momentos históricos e teóricos específicos. A intenção desta empreitada é identificar as práticas de contestação midiática nos contextos mundiais, latino-americano e brasileiro no passado, assim como os instrumentos teóricos utilizados pelos pesquisadores para abordar estas manifestações. Deste modo, ambiciono também explicitar as ferramentas de análise à disposição para esta pesquisa.

2.1 A militância comunicacional nos anos 1960, 1970 e 1980: a NOMIC e comunicação participativa

As mobilizações contemporâneas de crítica da mídia emergiram, a partir dos anos 1960, no contexto de um significativo crescimento dos debates sobre a internacionalização da comunicação massiva e o papel coadjuvante dos chamados países não-alinhados (que pertenciam ao chamado Terceiro Mundo) na produção de informação e de cultura. Para Cardon e Granjon (2003), a crítica contra-hegemônica teve participação decisiva na formulação destas discussões, que possuíam como principais interlocutores: acadêmicos, especialistas de organizações internacionais e representantes de empresas de comunicação. A UNESCO (Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura) já promovia, desde o final da década de 1950, iniciativas que tratavam o problema do desenvolvimento desigual das indústrias comunicacionais ao redor do mundo. Uma delas, inclusive, resultou em um dos primeiros passos para a implementação dos estudos de comunicação na América Latina, com a criação, ainda em 1959, do CIESPAL (Centro de Investigação e Estudos Superiores para a América Latina), no Equador (Martín-Barbero, 2005; Rebouças, 2003).

No entanto, é somente nos anos 1970 que as problemáticas comunicacionais e informacionais ganham prioridade nos encontros das Nações Unidas. Sucessivas assembléias da UNESCO durante esta década (entre elas, Paris, 1972; Argel, 1973 e Tunísia, 1976, além de uma série de conferências em países latino-americanos) acolhem denúncias do *imperialismo cultural* imposto aos países não-alinhados. Esta hipótese buscava demonstrar a

desigualdade nos fluxos comunicacionais nas relações Norte-Sul, sistematizar a crença de que o monopólio das agências de notícias ocidentais era incompatível com a exigência de uma informação independente e fortalecer o consenso de que era necessária uma nova ordem mundial de informação e comunicação.

A UNESCO acolheu apelos para que as condições para uma autodeterminação cultural e uma autonomia midiática fossem alcançadas em escala internacional, de modo a possibilitar que os países do Terceiro Mundo se tornassem capazes de influir de forma real sobre os fluxos de informação internacionais, pudessem controlar as suas próprias representações e dominar os conteúdos difundidos em seus territórios. A principal ferramenta de combate ao imperialismo cultural produzida durante este período, além da crítica teórica, foi a criação das agências nacionais de informação e das redes transnacionais de agências de notícias entre os países não alinhados, que começariam a surgir ainda no final da década de 1960 na América Latina, com a fundação da Inter Press Service. Esta serviu de modelo para a produção de iniciativas do tipo em diferentes regiões mundiais, como no continente africano e na região iugoslava (Cardon e Granjon, 2003).

Berger (1999) resume o ambiente teórico que marca este período em que “o centro de gravidade do consenso que faz fluir a história girou para a esquerda” e que tem uma profunda influência no desenvolvimento das teorias de comunicação latino-americanas. Nas palavras da autora:

Na maioria dos textos produzidos neste giro à esquerda percebe-se que a pesquisa na perspectiva crítica confunde-se com o comprometimento político: era preciso denunciar o funcionalismo, a televisão comercial, os fluxos internacionais da notícia, as histórias em quadrinho, as políticas de comunicação (ou a falta delas), as corporações multinacionais, a Indústria Cultural, a estrutura transnacional de informação, o cinema de Hollywood, a manipulação ideológica, a infraestrutura e a superestrutura, a publicidade e as pesquisas de opinião, as novas tecnologias, a miséria da informação, o imperialismo cultural. Estas são as modalidades discursivas que (d)enunciam a Comunicação de Massa nos anos 70. O panorama resultante das pesquisas nesta perspectiva era sombrio: da economia política à semiologia; dos marxistas aos estruturalistas, da Universidade aos Centros de pesquisa, tudo desembocava na crítica aos meios - sua estrutura produtiva, sua programação e suas mensagens. A convergência da análise ideológica com a da teoria da dependência econômica tornava clara e concreta a complexa rede de dominação.

Os trabalhos da teoria crítica da Escola de Frankfurt servem como inspiração determinante neste período. O movimento intelectual alemão formado por pesquisadores como Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Löwenthal, Herbert Marcuse, entre outros, foi

o primeiro a teorizar criticamente a passagem do modelo de produção cultural artesanal para o formato industrial, voltado para o comércio e ancorado na possibilidade de reprodução massiva dos bens simbólicos graças aos meios de comunicação que então surgiam ou solidificavam seu espaço na sociedade, principalmente o rádio e o cinema, mas também a televisão.

É em *Dialética do Esclarecimento*, trabalho conjunto de Adorno e Horkheimer (1985 [1947]) que se encontram alguns dos principais apontamentos que guiaram não só os trabalhos dos membros originais da Escola de Frankfurt que fogem da Europa com a ascensão do nazismo na Alemanha, mas também gerações seguintes de intelectuais que buscaram desenvolver a teoria crítica iniciada pelos pensadores alemães. Tomando por objeto de pesquisa a derrocada do projeto filosófico iluminista, os autores elencavam uma série de fatores que deveriam explicar “por que a humanidade, em vez de entrar em um estado verdadeiramente humano, está se afundando em uma nova espécie barbárie” (op. cit: 11). Entre estes fatores, estavam a pasteurização e mercadorização dos textos culturais, a apologia acrítica à racionalidade técnica, o crescente caráter instrumental imposto à ciência, a regressão do projeto iluminista à ideologia positivista e a anulação dos indivíduos frente aos interesses econômicos.

O principal alvo de Adorno e Horkheimer era a padronização e a produção seriada dos bens culturais, que resultava em um empobrecimento estético e uma uniformização dos conteúdos. Para os autores, a produção e consumo cultural em massa dividiam muitas semelhanças com o tipo de ambiente midiático que tornou possível o crescimento do fascismo nas décadas anteriores. Isto porque, enquanto a indústria cultural se legitimava pelo consumo e os meios de comunicação eram apresentados como um negócio, seus limites ultrapassavam os interesses financeiros para funcionarem como uma máquina de reprodução ideológica calcada em alicerces capitalistas e liberais. A indústria cultural seria capaz de promover o controle social a partir da diversão e da promessa de prazer, já que um público dominado estaria transformando seu tempo de lazer e descanso em tempo de trabalho, por meio do consumo de “arte leve”. “Divertir-se significa estar de acordo”, afirmavam Adorno e Horkheimer, “divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado” (op. cit: 135). O que, para os autores, resultava em um conformismo que significava não uma fuga da realidade, mas da própria possibilidade de resistência.

A própria concepção dos meios de comunicação era peculiar na teoria crítica, pois se trataria “de instrumentos de reprodução de massa que, na liberdade aparente dos indivíduos, reproduzem as relações de força do aparelho econômico e social” (Santaella, 2001: 40). Os meios de comunicação inibiriam a réplica, e tomariam a atitude do público como parte do sistema e não sua motivação. Toda relação social promovida pela indústria cultural se determinaria no momento de produção, em que os produtores culturais trabalhariam a favor apenas dos seus interesses.

De acordo com Berger (1999), porém, nos anos 1970, a Escola de Frankfurt foi tomada mais como inspiração do que como método na América Latina: “são estes textos e autores que atualizam a perspectiva crítica no que ela oferece de possibilidades, em primeiro lugar, de pensar a comunicação com as teorias da sociedade, (...) mas, sempre com o tom de perplexidade na busca por decifrar as relações culturais existentes no capitalismo.” Seus principais representantes latino-americanos são o pesquisador belga, então radicado no Chile, Armand Mattelart, o venezuelano Antonio Pasquali, o argentino Eliseo Verón, o boliviano Luis Ramiro Beltrán, entre outros (cf. Berger, 1999).

No entanto, em território brasileiro, os anos 60 e início dos 1970 são marcados, segundo Rubim e Azevedo (1998), por uma escassez de produções teóricas acerca da mídia e suas conotações políticas, com destaque significativo para as ponderações de Gabriel Cohn sobre comunicação e ideologia, notadamente influenciadas pela perspectiva frankfurtiana. Seria apenas a ampliação dos espaços democráticos na virada para os anos 1980 que propiciaria o surgimento de um maior número de investigações no cruzamento da comunicação com a política. Neste caso, é preciso levar em consideração, também, a hipótese que Ortiz (1989) formula de que, em nome da modernização do Brasil, o desenvolvimento da área de produção cultural se deu de modo acrítico. Para o pesquisador, em nome da construção de uma identidade nacional, a modernização foi tomada como um valor em si. Isto resultou em uma perigosa equação em que a industrialização e a comercialização cultural realizavam a idéia de progresso e de concretização da nacionalidade brasileira.

De volta ao contexto mundial, as investigações, as cúpulas e as assembléias destinadas a promover a NOMIC culminaram com a publicação, em 1980, do chamado *Relatório MacBride*. Resultado da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, formada pela UNESCO três anos antes e que contava com 16 membros (dois deles latino-americanos). Seus objetivos eram:

- 1) fazer um levantamento do estado atual das comunicações no mundo; 2) analisar o problema do fluxo de informações e quais as necessidades dos países do Terceiro Mundo em relação a isso; 3) saber como a Nomic poderia ser criada diante de uma também Nova Ordem Econômica Internacional; e 4) como os meios de comunicação poderiam se tornar instrumentos para formar uma opinião pública sobre os problemas mundiais. (Rebouças, 2003)

O relatório constituía-se de 82 recomendações que refletiam uma crítica vigorosa à desigualdade estrutural entre os países do primeiro e do terceiro mundo no que tange ao acesso e à produção de informação. Seus principais argumentos ancoravam-se na denúncia de uma monopolização dos meios de comunicação por grupos de mídia transnacionais, o que gerava fluxos internacionais de informação verticais, de mão única, do Norte para o Sul, assim como se refletia em práticas comunicacionais que enfatizavam questões comerciais ao invés de preocupações sociais (Berger, 1999; Cardon e Granjon, 2003, Rebouças, 2003).

Em consequência ao relatório MacBride, a UNESCO fundou o Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (PIDC), que durante a década seguinte buscou promover políticas públicas nos contextos nacionais e em âmbito mundial que promovessem a NOMIC. O PIDC possibilitou, durante os anos 1980, a criação de diversos serviços de notícias nacionais e regionais na América Latina, no Caribe e nas regiões da África Central, Ocidental e do Sul.

Com o título de *Um Mundo, muitas vozes*, o relatório MacBride só seria publicado no Brasil em 1983, pela Fundação Getúlio Vargas. Em consequência ao relatório, os Estados Unidos se retiraram da UNESCO em 1984, e o Reino Unido, em 1985. Segundo estes países a NOMIC “atendia somente aos interesses dos soviéticos e de ditadores do Terceiro Mundo, e que estavam querendo limitar a liberdade de opinião e expressão das empresas ligadas aos países desenvolvidos.” (Rebouças, 2003). Apesar dos esforços de intelectuais e de políticos envolvidos com as iniciativas da UNESCO, a idéia de uma nova ordem mundial para a informação e a comunicação seria praticamente descartada em 1989 (Cardon e Granjon, 2003).

Todavia, nos contextos latino-americano e brasileiro, à época da apresentação do relatório MacBride, severas mudanças e clivagens se insinuavam tanto nas práticas concretas que buscavam democratizar a mídia, quanto nas abordagens teóricas que vislumbravam a dimensão política nos meios de comunicação. Berger (1999) aponta os primeiros deslocamentos teóricos, ao afirmar que as pesquisas críticas do início dos anos 1970 apoiadas na teoria crítica frankfurtiana começaram a apresentar a mesma dificuldade que certos autores diagnosticariam nas intervenções dos pensadores alemães. Esta limitação estava ligada à

incapacidade destes trabalhos de ultrapassar o nível da denúncia da comercialização da cultura e da manipulação ideológica promovida pelos meios de comunicação massiva, além de falhar em enxergar alternativas políticas concretas³¹. Enfim, esta abordagem acabou por se esgotar no final da década: “foi quando denunciar já não bastava - nem na política, nem na teoria (...) naquele período, na busca por sair do impasse da crítica que falava para si mesma, dois caminhos se alternaram” (ibid.).

Um destes caminhos foi o das propostas de políticas públicas que se seguiram ao relatório MacBride. O outro caminho, que se insinuava não só no contexto latino-americano (mesmo que aqui tenha se caracterizado certo pioneirismo), mas também em outras partes do mundo, era composto inclusive por membros iniciais das assembléias da UNESCO, que, com o passar da década, começaram a duvidar das estratégias institucionais, como Luiz Ramiro Beltran. A partir da década de 1960, nota-se o desenvolvimento das primeiras formas militantes de mídia alternativa, principalmente no que concerne ao uso do rádio em movimentos de libertação nacional como em Cuba, e que se desenvolvem de forma plena na década posterior. Frente a esta constatação, uma parte dos atores sociais envolvidos com as propostas horizontalização do universo midiático começam a buscar soluções alternativas nas manifestações populares e comunitárias, de cunho participativo, que dariam forma à corrente crítica expressivista (Cardon e Granjon, 2003).

Apenas um ano após a apresentação do relatório MacBride, teóricos já afirmavam que a nova ordem mundial de comunicação e informação não seria forjada nos corredores da UNESCO, mas em pequenos experimentos locais, em que trabalhadores e cidadãos comuns buscariam novas formas de comunicar suas idéias e sua cultura uns com os outros. Assim, as discussões sobre as assimetrias de poder na mídia não se limitam mais somente aos atores macrossociais e relações Norte-Sul, mas levam em consideração também ações coletivas de tamanho reduzido, cujos objetivos se restringem à emancipação social em um contexto local ou nacional.

O fomento de práticas de mídia comunitária e/ou popular não se coloca em confronto direto com as operações ideológicas da mídia dominante. Ele pretende, acima de tudo, dar sentido à relação existente entre as formas de ação coletiva, características dos seus

³¹ Para Kellner (2001), a fragilidade demonstrada nos trabalhos da Escola de Frankfurt nas formulações das práticas de oposição e nas estratégias culturais contra-hegemônicas provinha do fato de os autores identificarem a resistência “nos indivíduos críticos, como eles mesmos, e não em grupos, movimentos ou práticas sociais oposicionistas” (2001: 47). Deste modo, os frankfurtianos evitavam a ação política concreta ao acreditarem que a teoria fosse em si mesma uma prática política. O mesmo talvez tenha acontecido aos autores latino-americanos, que, todavia, ao se tornarem conscientes desta falha, buscaram projetos críticos alternativos.

movimentos de luta e a sua vontade de participar na definição dos debates. Por este motivo, os autores que buscam abordar os meios de comunicação comunitários e populares a partir da década de 1970 evitam o termo *mídia alternativa* (que consideram demasiadamente reativo em relação à mídia dominante) para enfatizarem o caráter participativo destas experiências, nomeando-as então de mídia *popular*, *cidadã*, ou *comunitária*.

As experiências locais na busca por emancipação social através dos meios de comunicação se espalharam pelo mundo nos anos 1970 e 1980. Diferentes veículos de comunicação foram utilizados para mediar causas distintas: estações de rádio e televisão indígenas na Austrália e na Nova Zelândia, o fenômeno das rádios livres na Itália e na França, e as apropriações da mídia para as reivindicações dos novos movimentos sociais, como as rádios anti-nucleares (Cardon e Granjon, 2003). Na América Latina, também surgiam experiências de inversão dos usos dos meios: o cassete-fórum de Mario Kaplun no Uruguai, as rádios mineiras na Bolívia, os vídeos populares na Venezuela e, por fim, a imprensa nanica no Brasil (Berger, 1999; Grinberg, 1987). Unia estas manifestações um projeto comum de fomentar a participação do “público”, ou seja:

Aproximar a transmissão da recepção, fazer da participação um ato coletivo, empregar os códigos culturais e lingüísticos do público, recusar a influência comercial, estabelecer uma relação de igualdade e proximidade entre produtor, jornalista e audiência, integrar as pessoas nos diferentes níveis do processo de produção e difusão da informação através de canais alternativos, diminuir a ritualização e aumentar a transparência dos veículos de comunicação, etc. Embora não deixe de se opor à hegemonia da mídia dominante, este tipo de crítica expressivista não dirige as suas reivindicações ao poder central, insistindo principalmente na reapropriação dos instrumentos de representação do mundo por parte dos cidadãos (Cardon e Granjon, 2003).

Cardon e Granjon (ibid.) ressaltam, contudo, que estas práticas de mídia não eram independentes das organizações que as apoiavam, mas, sim, demonstram que, nos anos 1970, a mídia se transformou em um dos principais instrumentos de manifestação por parte de grupos sindicais, religiosos ou políticos e de comunidades culturais, freqüentemente tendo por contexto governos autoritários ou ditatoriais. A perspectiva teórica que fundamentava estas ações originava-se, em grande parte, dos trabalhos de Paulo Freire sobre a pedagogia do oprimido e a educação como forma de libertação, além da sua apropriação por pesquisadores latino-americanos, como de Beltran.

Ao mesmo tempo em que as esperanças democráticas da mídia se deslocavam das instituições sociais para práticas locais, a postura teórica dos pesquisadores latino-americanos

mudava. Da “pesquisa-denúncia”, passou-se a desenvolver a “pesquisa-ação”. Descreve Berger (1999):

A esquerda acadêmica em crise política e teórica, abraçou esta "outra" comunicação, protagonizada pelas classes subalternas, buscando através dela a possibilidade de se transformar no intelectual orgânico descrito por Gramsci que começava a substituir as referências à Frankfurt (...) na seqüência da denúncia em relação à comunicação transnacional e dominadora havia que se vislumbrar perspectivas locais, nacionais, de classe, portanto, alternativas e populares. Um projeto político mais que uma proposta teórica, que mobilizou pesquisadores e frutificou junto aos movimentos populares (id. *ibid.*).

Ortiz (1989) também analisa este período de transição e indica um motivo para esta mudança de referenciais teóricos:

É sintomático percebermos que é nos anos 70 que o instrumental gramsciano se populariza como suporte para as análises sobre cultura no Brasil. Suas idéias sobre guerra de posições, mas sobretudo sua concepção de estado como campo de luta ideológica, permitiam aos intelectuais se autoconceberem como agentes políticos na luta contra o autoritarismo. Onde o pessimismo frankfurtiano fechava as portas, as análises gramscianas deixavam-nas abertas (id. *ibid.*: 16).

Azevedo e Rubim (1998) identificam uma cisão nas pesquisas sobre comunicação e política no Brasil semelhante à distinção que Cardon e Granjon (2003) sugerem ao oferecerem as noções de crítica expressivista e contra-hegemônica. Para os pesquisadores brasileiros, se antes temas diversos se conjugavam em uma preocupação dominante de pensar as mídias como aparelhos de luta política e ideológica, o crescimento do número de pesquisas no campo de comunicação e política no final dos anos 1970 e início dos anos 1980 resulta também numa divisão em duas grandes vertentes: a articulação entre comunicação e regimes autoritários³² e a relação das classes dominantes com os setores subalternos. França (2000) é ainda mais específica: aponta, por um lado, uma copiosa produção de estudos na linha da análise dos conteúdos do meio e de denúncia de concentração da propriedade das mídias, ou seja, a teoria do imperialismo cultural; por outro lado, uma gama de estudos que se dirigem às classes subalternas e às modalidades alternativas de comunicação, através do desenvolvimento de experiências de comunicação participativa junto a grupos populares.

³² Ortiz (1989) sugere inclusive que a luta contra a ditadura impede que críticas mais bem fundamentadas sejam construídas em relação aos meios de comunicação de massa.

É possível ilustrar ao mesmo tempo a centralidade da questão política para os estudos da comunicação neste período no país e a diversidade de abordagens junto ao tema a partir das coletâneas de artigos organizadas por José de Marques de Melo (1980) e Carlos Eduardo Lins da Silva (1982) como resultado dos II e IV Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, ocorridos, respectivamente em 1979 e 1981, com os temas de “Comunicação e classes subalternas” e “Comunicação, Hegemonia e Contra-Informação”.

De acordo com José Marques de Melo (1980), o objetivo principal do II Ciclo de estudos interdisciplinares da comunicação, promovido pela INTERCOM, era dar espaço às pesquisas de cunho crítico que rompiam com as tendências dos estudos de comunicação social no país que se pautavam por análises e descrições sobre os modos de comunicação dominantes, seja para criticá-los ou para aperfeiçoá-los. Apesar da considerável politização das pesquisas sobre comunicação momento, Melo (ibid.) enxergava uma dupla cegueira nos estudos que mais se aprofundavam na dimensão ideológica dos meios de comunicação. Pois, apontando para as críticas que se satisfaziam na denúncia por si mesma, os instrumentos de comunicação estavam sendo interpretados como veículos exclusivos de reprodução das ideologias dominantes na sociedade, visto que eram tomados como objeto de análise apenas os meios de comunicação massivos mantidos pelas classes dirigentes. Assim, as iniciativas comunicacionais das classes subalternas eram menosprezadas, entendidas como manifestações “pitorescas” e “inusitadas” da nossa cultura.

Na contramão desta perspectiva, o encontro pretendia reunir os mais diversos esforços intelectuais que já trabalhavam no Brasil com a hipótese de que as práticas comunicacionais das classes subalternas, se promoviam a penetração das ideologias das classes dominantes no bojo das classes trabalhadoras, ao mesmo tempo, fomentavam, contraditoriamente, a disseminação de questionamentos e de anseios populares que teciam uma “cultura de resistência à dominação capitalista” (id. ibid.: 12). A coletânea de artigos resultante do encontro reunia, nas palavras de Melo:

Tentativas de se pensar as classes subalternas no Brasil como agentes da sua própria comunicação ou de repensar os seus modos de comunicação não apenas como reflexo da ideologia da classe dominante, e nem tão somente como testemunho pungente do grito de dor dos oprimidos, mas sobretudo como prenúncio da nova comunicação que historicamente construirá a hegemonia política das classes trabalhadoras em nossa sociedade (id. ibid.: 13).

Podem ser observadas três temáticas recorrentes entre os artigos inclusos em *Comunicação e Classes Subalternas*. A primeira constitui-se de trabalhos que buscam teorizar as relações de poder e ideologia nos meios de comunicação e como as práticas culturais das classes subalternas podem ser posicionadas nesta articulação. Um segundo grupo de pesquisas enfatiza a produção de cultura e informação pelas classes populares e minorias – seja na mídia impressa, no rádio ou nas mídias audiovisuais, com ênfase nas manifestações de música sertaneja, na literatura de cordel e experiências comunicacionais em periferias e favelas, além de um artigo que versa sobre a comunicação em comunidades homossexuais. O terceiro, e último, tema é a imbricação de grupos religiosos com os problemas da comunicação, decorridos tanto da aproximação e fomentação de práticas alternativas de mídia por parte de uma ala progressista da Igreja fundamentada na Teologia da Libertação e no trabalho pedagógico de Paulo Freire, quanto no tratamento de práticas religiosas, como as Romarias de Aparecida, enquanto objetos de investigação do campo comunicacional.

A principal referência teórica para estes trabalhos são as reflexões de Antonio Gramsci. Já de início, os estudos brasileiros se apropriam da própria dicotomia entre as classes dominantes e classes subalternas, mas é principalmente a concepção de hegemonia³³ que mais provoca deslocamentos nas pesquisas críticas nacionais. Já que ela obriga os cientistas sociais a levarem em consideração não só a questão da dominação em torno de parâmetros econômicos e de violência física, mas também em termos culturais, por um exercício não coercitivo de dominação que buscava o consenso ativo das classes dirigidas através da disseminação de valores e de convicções em acordo com a ideologia dirigente.

Ao mesmo tempo, a partir da perspectiva gramsciana, a dominação ideológica não pode mais ser considerada estanque, o que coloca um entrave às teorias de manipulação sustentadas por meio da perspectiva frankfurtiana, porque as classes subalternas tanto podem reproduzir as relações sociais dominantes quanto criar uma dimensão resistente a elas. Desta maneira, a noção de hegemonia introduzia, simultaneamente, a necessidade de considerar negociações, compromissos e mediações que ocorriam no terreno cultural visando à constante manutenção hegemônica. No entanto, a apropriação nacional das concepções gramscianas não resultou de forma imediata em um aprofundamento da articulação entre cultura e hegemonia de modo mais complexo, como autores dos estudos culturais britânicos já desenvolviam no

³³ Coutinho (2003) oferece uma interpretação da noção de gramsciana de hegemonia como uma espécie de contrato entre o Estado e a sociedade, em que governantes e governados assentam suas obrigações políticas em um determinado número de regras e valores aceitos de forma consensual e não coercitivamente. No entanto, este contrato não é permanente, está sujeito a contínuas revisões e mudanças.

exterior. Neste período, a interpretação dos conceitos do pensador marxista italiano por pesquisadores brasileiros se manteve dentro de um viés pertencente à ciência política.

A inserção das noções gramscianas, porém, marca vigorosamente as pesquisas acadêmicas de cunho crítico sobre os meios de comunicação no país na virada dos anos 1970 para a década de 1980. Se a terceira edição do Ciclo de estudos interdisciplinares de comunicação, ocorrido em 1979, teria como tema “Estado, populismo e comunicação”, no ano seguinte, a quarta edição do evento voltava a dar atenção central às questões teóricas suscitadas pelo pensador italiano.

Sob o mote “Comunicação, hegemonia e contra-informação”, o encontro sugeria a utilização das categorias analíticas de Gramsci para interpretar as práticas comunicacionais tanto das classes dominantes quanto das alternativas de resistência na comunicação popular. A intenção era problematizar a predominância da influência da teoria da Indústria Cultural desenvolvida pela Escola de Frankfurt e o conceito de *Aparelhos Ideológicos do Estado* de Louis Althusser³⁴. Pretendia-se, também distinguir como as concepções gramscianas poderiam ser utilizadas na identificação da participação orgânica dos meios de comunicação na reprodução da ordem capitalista e na sedimentação da hegemonia burguesa. Além disso, havia uma preocupação incisiva sobre as possibilidades de luta política por uma nova hegemonia com o auxílio dos meios de comunicação, por isso a ênfase no conceito de contra-informação (Silva, 1982).

A coletânea de artigos resultante do encontro divide as pesquisas em “questões teóricas” e “reflexões sobre as práticas”. Entre as ponderações teóricas, as noções de Gramsci são utilizadas para identificar as formas de construção da hegemonia por parte das classes dominantes através dos meios de comunicação, o papel dos intelectuais na produção hegemônica cultural e as possibilidades de constituição de uma contra-hegemonia na utilização dos instrumentos comunicativos. Neste último sentido, há um esforço em teorizar a contra-informação como,

Operação clandestina, fora do circuito normal, com a criação de meios populares próprios de transmissão de informações, como a ocupação de espaços e brechas deixados nos meios de comunicação como instituídos, ou

³⁴ O filósofo marxista francês teve imensa penetração não só na esfera acadêmica marxista como exerceu grande influência no movimento estudantil de Maio de 1968. No entanto, sua maior contribuição para a teoria crítica no campo da comunicação seria a noção de *aparelhos ideológicos de estado*, trabalhada inicialmente em um artigo publicado em 1970. Nele, Althusser contrapunha os instrumentos repressivos do Estado, que exerciam uma coerção direta, como a polícia e o exército, aos aparelhos que tinham por função legitimar a ideologia dominante por meio de uma violência simbólica. Entre os aparelhos ideológicos do estado estariam a mídia e outras instituições sociais como a escola, a igreja, a família etc (Matterlart e Mattelart, 2004 [1995]).

seja, a utilização política do cinema, das canções, do teatro, do jornal, da televisão, conforme as possibilidades oferecidas em cada situação específica (Fadul, 1982: 36).

Mattelart (1982), paralelamente a sua discussão principal sobre a relação entre comunicação, hegemonia e as novas tecnologias, observa e analisa a cisão que mais tarde possibilita que Cardon e Granjon (2003) identifiquem, no seio das mobilizações comunicacionais, a divisão entre a crítica contra-hegemônica e a crítica expressivista. Segundo o autor, naquele período, dois grupos estavam se dividindo de forma negativa, não só na América Latina, mas em todo o mundo. Por um lado, alguns pesquisadores estariam se ocupando da comunicação alternativa e popular, e com a cultura popular como um todo, enquanto por outro lado, um grupo diferente estaria se ocupando da crítica aos aparelhos ideológicos do estado. Para o autor, esta divisão acarretaria uma relação esquizofrênica entre aqueles preocupados com o poder e aqueles preocupados com as modalidades de luta contra o poder, quando o melhor seria a articulação destes dois posicionamentos. Mattelart (ibid.) atribui essa esquizofrenia à herança de um “marxismo reificador” em que a análise dos aparelhos de comunicação como reprodutores das relações sociais bloqueava a identificação dos meios de comunicação como lugares de produção.

Na sessão seguinte da coletânea *Comunicação, hegemonia e contra-informação*, as “reflexões sobre as práticas” são abordadas a partir de diferentes iniciativas promovidas por uma miríade de atores sociais em distintas mídias. Os veículos impressos são interpelados por meio de práticas jornalísticas alternativas e da crítica de mídia (*media criticism*), experiências na televisão, no teatro, no cinema e na literatura também são elencadas. Todavia, ainda que algumas destas manifestações sejam promovidas pelas próprias classes populares e por minorias, não se encontra ainda, neste momento, uma articulação sobre o modelo participativo de comunicação ou mesmo o termo comunicação comunitária é usado.

Além disso, algumas das práticas identificadas não chegam a romper com a necessidade de especialistas guiarem a produção de mídia, além de algumas iniciativas se voltarem, ainda, apenas para a possibilidade do acesso popular aos produtos culturais e não, necessariamente, aos meios de produção. O aspecto participativo surge, de fato, no trabalho que tem como tema a relação das práticas comunicacionais com as Comunidades Eclesiais de Base, que se aproximava de uma espécie de pedagogia de mídia e em um artigo em que a contra-informação é entendida como um novo ato cultural, como uma resposta da “guerrilha receptiva”, atribuindo, portanto, poder de contra-informar aos receptores no processo comunicacional e antecipando a discussão sobre audiências ativas (Flusser, 1982).

Se, no cenário nacional, as mídias populares e comunitárias ainda são mal formuladas, com o passar dos anos 1980, o modelo de mídia participativa converge com o crescimento do número de organizações não governamentais, que passam a financiar boa parte das experiências de mídia deste tipo. No Brasil, as ONGs ocupam, em especial, o espaço deixado pela retirada de uma ala mais progressista da Igreja, ligada à Teologia da Libertação (Cogo, 2005). Além disso, Peruzzo (1998b), ao afirmar que a comunicação comunitária teve seu período áureo no fim dos anos 1970 e no início da década de 1980, identifica severas mudanças na comunicação comunitária após a abertura política do país. Temas antes veiculados apenas nas mídias comunitárias passaram a ganhar a cobertura da “grande mídia”, que cada vez mais dava voz aos líderes populares. Simultaneamente, setores da sociedade civil organizados começaram a conquistar espaço nos veículos de comunicação comerciais. Além disso, escreve Peruzzo: “nos primeiros tempos a comunicação popular valeu-se de instrumentos de comunicação mais elementares, artesanais, de pequeno porte e mais baratos, e aos poucos foi perpassando ou apropriando-se de meios massivos” (id. *ibid.*: 155). Assim, surgiram rádios e TVs comunitárias.

Segundo Cardon e Granjon (2003), os meios de comunicação comunitários se desenvolvem em boa parte do mundo nesta década, com pesos diferentes nos distintos contextos nacionais. Entretanto, o modelo começa a demonstrar limites para o seu desenvolvimento na virada para os anos 1990. Alguns dos motivos são inclusive explicitados por Peruzzo (1998b), ao demonstrar uma assimilação da mídia comercial das demandas populares antes somente atendidas pela comunicação comunitária. Contudo, outras questões ainda pesaram para um relativo esgotamento das experiências do modelo participativo de comunicação popular e comunitária no final dos anos 1980, o que não significa que as manifestações tiveram fim.

Em primeiro lugar, os veículos de comunicação populares e comunitários tiveram seu crescimento severamente restringido por legisladores nacionais que concediam espaços legais apenas marginais para iniciativas participativas³⁵. Por outro viés, estas propostas alternativas de mídia, quando obtiveram êxito, foram obrigadas a adotarem um modelo de gestão comercial, o que desfigurava seu projeto inicial em nome do crescimento da sua esfera de influência. Para Cardon e Granjon (2003), contudo, o arrefecimento destas manifestações durante os anos 1980 talvez esteja ligado às contradições internas do seu próprio projeto.

³⁵ Neste sentido, as rádios livres permanecem como uma radicalização da lógica expressivista que marca as mídias participativas comunitárias e populares, uma vez que a grande maioria preferiu se manter na ilegalidade, questionando assim o próprio sistema de concessões dos meios de comunicação.

O primeiro problema seria de ordem política, pois com a queda dos regimes que utilizavam a censura e a repressão policial, as práticas de mídia não precisavam mais utilizar canais clandestinos ou temporários. Todavia, uma vez reconhecidas com um novo poder revolucionário, estes veículos de comunicação perdem também, muitas vezes, a sua vocação, sendo submetidos a um novo meio burocrático. Um segundo problema decorria de dificuldades em assegurar as exigências de democratização que as mídias comunitárias impuseram a si próprias, sobretudo no que toca a ser um meio nas mãos do povo. Isto porque, costumeiramente, o amadorismo de muitos de seus participantes colidia com a especialização de membros mais antigos dos projetos. Ou, por outro lado, os princípios elaborados por fundadores das iniciativas comunitárias se perdiam em mudanças editoriais levadas adiante por novos integrantes, mais profissionalizados, que tendiam a aproximar as mídias populares da mídia comercial (Cardon e Granjon, 2003).

As primeiras instâncias das críticas contra-hegemônica e expressivista, que têm sua origem nas décadas de 1960 e 1970, desenvolvem-se e começam a expressar sinais de esgotamento durante os anos 1980. Nesta década, ainda, França (2000) nota fortes sinais de despolitização das teorias da comunicação, não só no Brasil, mas em todo o mundo. As discussões sobre pós-modernidade, a queda do muro de Berlim, a política externa agressiva de Margareth Thatcher e Ronald Reagan e as raízes que despontam do neoliberalismo econômico, revestido de uma linguagem globalizante começam a dar sinais do que irão promover nos anos seguintes. A década de 1990, porém, apesar de se anunciar sombriamente quanto ao horizonte político progressista – Berger (1999) fala de uma nova virada à direita – traz também esperanças renovadas. Para um novo grupo de problemas, novas tecnologias de comunicação e informação contribuem na reconstrução dos dois horizontes de crítica de mídia.

2.2 A década de 90 até os dias atuais: crise neoliberal e a renovação das correntes críticas de mídia

No início dos anos 1990, as mobilizações comunicacionais encontravam-se soterradas pelos escombros simbólicos do muro de Berlim e a emergência das políticas neoliberais ao redor do mundo. Após o abandono da NOMIC pela UNESCO, no final da década anterior, alguns atores da crítica contra-hegemônica buscaram criar alianças com redes nacionais e continentais de comunicação popular. Assim, deslocaram seus apelos e denúncias da

desigualdade no fluxo internacional de informações para conceitos como o do “direito à comunicação”. É neste contexto que se formam, já no final da década, a rede *Voices 21* e o projeto *Communication Rights in the Information Society* (CRIS), que prolongam a militância comunicacional baseada no relatório Macbride em torno da questão da necessidade de regulamentações internacionais no âmbito midiático.

No Brasil, especificamente, e na América Latina como um todo, a formação do Mercosul, 1991, trouxe também iniciativas teóricas que apelam para a integração regional por meio dos fluxos culturais e comunicacionais. Todavia, seus métodos de ação, ancorados numa tentativa de reforma institucional das políticas públicas, encontram-se completamente desarmados pela crescente desregulamentação dos setores midiáticos nacionais em meio aos governos neoliberais que predominam durante este período.

Já a crítica expressivista, representada pelas experiências de comunicação participativa desenvolvidas em diversas partes do mundo, depara-se também com limites para o seu desenvolvimento (Cardon e Granjon, 2003). No Brasil, no entanto, a comunicação comunitária e popular manteve relativo fôlego, ainda que tenha sofrido alterações. Cada vez mais amparada por organizações não governamentais e pelo chamado Terceiro Setor, estas iniciativas ganharam novas formas de apreensão e enfoque. Uma vez entendidas como a apropriação das mídias pelo povo, agora eram entendidas dentro do contexto de globalização como uma resistência local às lógicas de homogeneização cultural, ou sob o prisma da concretização da cidadania. Não obstante, a perspectiva de oferecer estas manifestações como uma alternativa política viável às mídias dominantes se encontrava neste momento como uma questão secundária. Além disso, a aparelhagem deste tipo de atividade por políticos profissionais e grupos religiosos começava a dar seus sinais.

Num contexto mais amplo, o início dos anos 1990 se caracteriza por uma crise geral tanto das iniciativas populares quanto dos teóricos críticos quanto à mídia comercial. Berger (1999) chama atenção para o fato de que, neste período, a pesquisa acadêmica latino-americana em comunicação encontra temas mais rentáveis, enquanto as instituições de pesquisa e de ensino cada vez mais substituem intelectuais críticos por especialistas técnicos. A autora dá a palavra a Antonio Pasquali, que avalia a busca por democratizar os meios de comunicação através de políticas públicas como 25 anos de um enorme trabalho, que resultou, porém, apenas em um enorme fracasso. Por outro lado, os esforços teóricos do campo da Comunicação e Política no Brasil sofrem uma mudança de enfoque no que concerne às questões relativas à democratização da mídia no país. A eleição presidencial de 1989, a

primeira eleição direta em 29 anos, promove uma explosão de pesquisas que se preocupam exclusivamente com problemáticas institucionais e com a relação entre a comunicação e a política partidária, enquanto as políticas da própria comunicação assumem um papel coadjuvante nos debates (Azevedo e Rubim, 1998).

É somente com o vertiginoso crescimento no número de usuários da internet que novas questões e esperanças democráticas começam a ser articuladas no interior das correntes críticas contra-hegemônica e expressivista. Como salientam Cardon e Granjon (2003), essa ruptura tecnológica não explica por si só o ressurgimento das experiências alternativas no terreno midiático nos anos 1990. Contudo, é inegável que as tecnologias digitais apresentam propriedades particularmente adaptadas para as mobilizações comunicacionais. Entre estas características, os autores enumeram: 1) a redução dos problemas de liderança; 2) a drástica redução dos custos de difusão; 3) a inserção de modelos de comunicação “muitos-para-muitos” (em contraste ao modelo “um-para-muitos” das mídias tradicionais); 4) a facilitação da produção colaborativa e o alargamento dos espaços de participação etc.

Embora os autores franceses façam questão de frisar que o deslocamento das práticas alternativas de mídia para o universo das tecnologias digitais não significa um abandono das mídias tradicionais como o rádio e vídeo. A adição do uso da internet ao arsenal de ferramentas da militância comunicacional não constitui, assim, uma simples mudança de infraestrutura técnica e midiática para estas mobilizações, mas possibilitam que alguns de seus atores redefinam radicalmente suas formas de luta. Os primeiros apologistas da internet ressaltaram seu caráter libertário e sua arquitetura descentralizada. Antes da comercialização do ambiente virtual, entendiam a internet como um veículo de comunicação em si mesmo alternativo. Logo, as novas tecnologias de comunicação e informação foram apresentadas por discursos eufóricos como mídias com um potencial revolucionário nunca antes experimentado no ambiente midiático. Com a crescente comercialização da internet, porém, as esperanças democráticas apontadas na internet começam a sofrer questionamentos (Lovink, 2003; Meikle, 2002; Vaz, 2004). Ainda assim, as tecnologias digitais não só se tornaram uma das principais ferramentas do Movimento de Ação Global, que tem origem nos levantes Zapatistas em Chiapas, em 1994, como trazem um novo conjunto de questionamentos para as mobilizações comunicacionais, como a questão dos direitos autorais e da propriedade intelectual.

Nesta conjuntura, a crítica contra-hegemônica ressurgiu nos anos 1990. Nos Estados Unidos, como identificam McChesney e Nichols (2002a; 2002b) e Opel (2004), e também em

diversas regiões do mundo, emergem, neste momento, uma série de iniciativas da sociedade civil constituídas por associações locais, jornalistas dissidentes, acadêmicos e um conjunto de novos coletivos ativistas que criticam o consumo desmesurado e o poder dos conglomerados de mídia. De acordo com Cardon e Granjon (2003), há aqui um deslocamento chave, porém, pois as desigualdades no acesso e na produção de informação em um nível internacional dá lugar a preocupações sobre o controle da mídia nacional. Na metade da década de 1990, começam a despontar iniciativas que reinvestem esforços na crítica da mídia, com interesse especial na economia política dos meios de comunicação, principalmente no que concerne às denúncias de concentração de mídia por conglomerados empresariais, assim como questionamentos próximos à sociologia do jornalismo, preocupados com as práticas noticiosas nacionais e seus efeitos na produção de comunicação e informação.

Entre estas manifestações, destaca-se o surgimento dos observatórios e associações de monitoramento da mídia. O exemplo mais antigo encontrado por Cardon e Granjon (2003) é o FAIR³⁶ (*Fairness and Accuracy in Reporting*), formado nos Estados Unidos, em 1986. Ainda em solo estadunidense, outras iniciativas do tipo se desenvolvem nas duas últimas décadas e levam adiante a tarefa de monitorar os meios de comunicação comercial existentes como o Alternet.org³⁷, projeto desenvolvido pelo *Independent Media Institute*³⁸, o *Media Channele* também o *Accuracy in Media*³⁹, que se caracteriza por abordar a mídia a partir de uma perspectiva mais conservadora.

Na França, os observatórios de mídia como *Raisons D'agir*⁴⁰ e *Pour LirePas Lu*⁴¹ (PLPL) prolongam, transformam e radicalizam a crítica promovida há algumas décadas pelo *Le Monde Diplomatique* quanto aos meios de comunicação dominantes. Cardon e Granjon (2003) ainda chamam a atenção para iniciativas que promovem alianças internacionais no monitoramento de mídia. No segundo Fórum Mundial Social, em Porto Alegre, em 2002, foi lançado o projeto *Media Watch Global*⁴². Presidida por Ignacio Ramonet e composta basicamente por acadêmicos, jornalistas e representantes da sociedade civil, a associação tem como objetivo observar a mídia no que toca a acuidade da informação e possíveis transgressões à justiça social.

³⁶ Cf. <http://www.fair.org/index.php>.

³⁷ Cf. <http://www.alternet.org/>.

³⁸ Cf. <http://www.independentmedia.org/>.

³⁹ Cf. <http://www.aim.org/>.

⁴⁰ Cf. <http://raisonstdagir.org>.

⁴¹ Cf. <http://www.homme-moderne.org/plpl/index.html>.

⁴² Cf. <http://www.mwglobal.org>.

No contexto ibero-americano, Albornoz e Herschmann (2006) analisam mais aprofundadamente o surgimento e a breve trajetória dos observatórios de informação, comunicação e cultura. De acordo com os autores, o fenômeno das associações de monitoramento social não se restringe à mídia. Um número crescente de observatórios tem surgido desde a metade da década de 1990 relacionados diferentes temáticas como o racismo, a xenofobia, a imigração, as relações industriais, a tecnologia, o meio ambiente etc. Em relação aos observatórios de informação, comunicação e cultura, os pesquisadores salientam a importante função destes organismos, visto que desempenham um papel estratégico nos campos ideológico e econômico.

Diferentes origens estruturas, metodologias, objetivos e âmbitos de atuação caracterizam os observatórios. Todavia, é possível, visando a construção de uma tipologia desta modalidade de manifestação, distinguir dois perfis de observatórios. Os do tipo *fiscal* funcionam como “ouvidorias dos meios de comunicação” e se vinculam aos conceitos de cidadania e democracia participativa. Constituídos por três tipos de atores: jornalistas, pesquisadores e usuários dos meios de comunicação, estes observatórios podem ser exemplificados pelo *Media Global Watch*, citado anteriormente. Uma segunda concepção de observatório é a do *think thank*. Esta categoria engloba iniciativas que visam formar grupos de discussão com o intuito de intervir na elaboração das políticas públicas, por meio de diagnósticos, avaliações e planejamento de projetos. Normalmente embutidos no aparato estatal, seus agentes provêm do setor acadêmico, do produtivo/cultural ou mesmo dos órgãos estatais. Esta categoria de observatórios é exemplificada com o Observatório de Indústrias Culturais de Buenos Aires⁴³.

Albornoz e Herschmann (ibid.) identificam cinco motivações principais para a organização dos observatórios de informação, comunicação e cultura: 1) os altos índices de concentração da propriedade dos meios de comunicação; 2) a relação simbiótica entre os meios de comunicação e o poder político (principalmente no que concerne ao fato de muitos políticos profissionais possuírem concessões de rádio e televisão); 3) a necessidade de crítica aos conteúdos oferecidos pelos sistemas midiáticos; 4) o obscurantismo dos dados referentes aos setores de informação, comunicação e cultura; 5) o desconhecimento das relações entre cultura e economia, no sentido de informar políticas públicas.

Os observatórios são mapeados, então, de acordo com sua localização geográfica, quanto às temáticas que abordam, seus âmbitos de atuação e fontes de financiamento. No que

⁴³ Cf. <http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/observatorio/>.

concerne a esta pesquisa, porém, já se torna possível distinguir a recontextualização em curso de alguns dos principais temas levados adiante nas discussões em busca da NOMIC pela UNESCO. Vale ressaltar que alguns destes observatórios são iniciativas que partem desta mesma organização das Nações Unidas, como a Rede Internacional de Observatórios das Políticas Culturais⁴⁴ e o Sistema Regional de Informação (SIRI)⁴⁵. Além disso, entre seus principais incentivadores estão intelectuais – como Armand Mattelart – que nas décadas anteriores buscaram alavancar políticas públicas para promover a democratização da comunicação e denunciar as desigualdades estruturais nos fluxos internacionais de informação. Há, portanto, uma continuação das problemáticas levantadas pela crítica contra-hegemônica nas décadas de 1970 e 1980. Ainda que, como identificam Cardon e Granjon (2003) estas iniciativas se preocupem, na atualidade, mais com questões nacionais e regionais⁴⁶ e tenham como tema o poder midiático em diferentes contextos e não mais apenas questão do acesso e da produção de informação e comunicação⁴⁷.

Se a crítica contra-hegemônica renasce no final da década de 1990, principalmente, a partir de iniciativas como a dos observatórios de mídia, neste período também há uma renovação radical das práticas da corrente crítica expressivista. Esta atualização se torna mais palpável a partir dos eventos ocorridos em Seattle, em 1999, nas manifestações do Movimento de Ação Global à Rodada do Milênio da Organização Mundial do Comércio, e tem um rápido desenvolvimento internacional. Estas práticas seguem uma trajetória diferente e mobilizam outros atores sociais, recursos tecnológicos e orientações políticas daqueles que se polarizaram em torno dos observatórios de mídia (Cardon e Granjon, 2003)

A rede Indymedia, responsável pela articulação dos centros de mídia independente espalhados por diversos países do globo, é a principal representante desta renovação da corrente crítica expressivista. Como as experiências comunitárias e populares de comunicação participativa em curso desde as décadas anteriores, o ativismo de mídia contemporâneo denuncia a ilusão de objetividade, seja nos discursos dos profissionais da mídia, dos intelectuais ou de grupos militantes de extrema-esquerda. Já que, na visão dos ativistas

⁴⁴ Cf. http://www.unesco.org/culture/development/observatories/html_sp/index_sp.shtml.

⁴⁵ Cf. <http://siri.unesco.cl/quienes.act?f=F>.

⁴⁶ De acordo com o levantamento de Albornoz e Herschmann (2006), somente 15% dos 55 observatórios de informação, comunicação e cultura analisados atuam em âmbito internacional (ou seja, em dois ou mais países), enquanto 47% atuam em âmbito nacional e 38% atuam no contexto regional ou local.

⁴⁷ A pesquisa de Albornoz e Herschmann (2006) não distingue o fluxo internacional de informação como uma temática específica, o que em si já demonstra sua derrocada na pauta de discussões. No entanto, a questão poderia ser incluída dentro do tema que os pesquisadores especificam como “indústrias e políticas culturais”. Esta temática é abarcada por 36% dos observatórios, enquanto 33% dos observatórios se dedicam ao tema “Sociedade da Informação” e 31% têm como questão principal os conteúdos oferecidos pelos meios de comunicação comerciais.

contemporâneos, estes discursos operam um seqüestro do direito à palavra. Logo, o engajamento comunicacional dos manifestantes atuais se traduz em uma maneira direta e imediata de asserção ao público.

As práticas de ativismo de mídia que emergem de forma mais visível no final dos anos 1990 propõem espaços alternativos de comunicação, não-hierarquizados, flexíveis, lançados antes que seja possível censurá-los, oferecendo-se de plataforma para uma diversidade de ações individuais e coletivas, que muitas vezes se entrelaçam com as atividades do Movimento de Ação Global. De inspiração libertária, estas iniciativas ambicionam potencializar a multiplicação e a amplificação das vozes excluídas da mídia dominante – e não a objetividade dos especialistas – visando reduzir as fronteiras que separam os produtores voluntários de informação dos profissionais da mídia. Utilizando o termo cunhado por Pasquinelli (2002), *mediativismo*, para caracterizar estas ações, os pesquisadores franceses ressaltam que, se elas herdaram algumas das preocupações e dos modos de operação das manifestações comunitárias e populares em busca de práticas alternativas de mídia, seus tipos de organização e recursos políticos empregados não são os mesmos.

Enquanto as mídias comunitárias e populares se organizam em torno e muitas vezes são mantidas por instituições sociais como partidos políticos, iniciativas do terceiro setor, a igreja, sindicatos etc., e se forjam dentro de comunidades locais, as ações do ativismo de mídia contemporâneo não estão baseadas em estruturas organizacionais facilmente identificáveis. O ativismo de mídia contemporâneo se mostra, por sua vez, desconfiado do papel político das instituições sociais. Estas manifestações surgem em uma forma de atuação individualizada, e não se cansam de negar sua delimitação por comunidades territoriais, agrupamentos sociais específicos, ou em torno de políticas claras como acontece com as experiências comunitárias, que utilizam estas categorias de pertencimento de forma positiva, para forjar uma identidade coletiva e se situar ideologicamente.

Cardon e Granjon (2003) identificam uma transformação da corrente expressivista nos últimos dez anos, em que o modelo participativo desenvolvido nas décadas de 1970 e 1980 dá lugar a um modelo individualista, afirmativo e radical de livre expressão, que, por sinal, conquista um papel central no Movimento de Ação Global. De acordo com os autores, é possível identificar uma “valorização exacerbada dos diferentes estados do sujeito (o seu corpo, a sua subjetividade, a sua autonomia) patente no mediativismo”, o que demonstra uma incorporação mais profunda da tradição anarquista nas políticas culturais da extrema esquerda. Entre as práticas do ativismo de mídia contemporâneo, os pesquisadores franceses

enumeram o videoativismo, o uso da internet pelos zapatistas, as ações de mídia tática, o movimento pelo *software* livre e a rede Indymedia.

Em uma coletânea de artigos, manifestos e relatos de diversos pesquisadores e ativistas ao redor do mundo, Pasquinelli (2002) mapeia extensivamente o ativismo de mídia contemporâneo. Além das atividades listadas por Cardon e Granjon (2003), são ainda enumerados outros “ismos” do midiativismo como o hacktivismo⁴⁸, o artivismo e as experimentações artísticas na internet (*net.art*)⁴⁹, as ações de interferência cultural (*culture jamming*)⁵⁰, a produção independente de rádio e TV e o uso de *blogs* e de ferramentas de publicação aberta no espaço virtual. Para o autor, o midiativismo, mais do que um fenômeno social ou político, representa um laboratório de experimentos e de inovações de mídia e de modelos sociais que se desenvolverão no futuro. Nesta perspectiva, suas atividades não buscam somente a produção de uma informação “verdadeira”, objetiva e independente, mas a reapropriação dos meios de comunicação como meios de produção, “enquanto meios de produção econômica, produção da imagem do mundo, produção de necessidades e desejos” (Pasquinelli, 2002), antes do que instrumentos de representação. De acordo com o autor:

Foram as inovações tecnológicas mais do que as políticas, a chegada da internet e das câmeras de vídeo digitais mais do que novos imaginários existenciais, o que acelerou o panorama dos meios de comunicação independentes e abriu um novo terreno para centenas de projetos (id. *ibid*).

Inspirado em McLuhan (1964), o midiativismo se caracteriza, assim, por uma boa dose de tecnofilia, em que o mais importante está na própria mídia e não no seu conteúdo: redes, interfaces, formatos, esquemas de transmissão, narrações, mitos, imaginários e desejos. Uma

⁴⁸ Hacktivismo se refere às práticas de protesto no espaço virtual que utilizam técnicas *hackers* e se fazem valer das tecnologias *digitais*. O termo foi criado pelo grupo de *hackers* estadunidense *Cult of the Dead Cow*, em meados da década de 1990. Um exemplo foi a ação do coletivo *Electronic Disturbance Theater*, que criou, em 1998, um *software* – chamado *floodnet* – que possibilitava que qualquer indivíduo que utilizasse o programa de seu computador recarregasse constantemente um endereço eletrônico, sobrecarregando-o e, por fim, desconectando-o da rede. Para o grupo, o *software* permitia que a conhecida técnica do *sit-in* (em que manifestantes bloqueiam um determinado espaço de forma pacífica) fosse utilizada também no ciberespaço (Critical Art Ensemble, 2001a; Jordan, 2002).

⁴⁹ O artivismo envolve o uso de técnicas artísticas e de sensibilidades estéticas na produção de manifestações políticas. Pasquinelli (2002) circunscreve as práticas de artivismo principalmente à *net.art*, ou seja, projetos artísticos produzidos na internet. Um exemplo são as intervenções do coletivo europeu 0100101110101101.org, que desde o final da década de 1990 produzindo paródias de *sites* como o do Vaticano e de galerias de arte, além de outros projetos críticos no ciberespaço. No Brasil, o termo artivismo foi usado também para denominar coletivos de artes plásticas, artistas performáticos e grupos de intervenção urbana que conjugavam em seus trabalhos um preocupação social e um questionamento do mercado das artes e das suas instituições.

⁵⁰ A noção de *culture jamming* arregimenta, principalmente, a idéia de utilizar as próprias técnicas de mídia comerciais, assim como os textos culturais instituídos para fazer uma crítica a estes, por exemplo, por meio de paródias publicitárias. A noção será melhor explicada mais adiante.

vez que os meios de comunicação são realmente extensões do corpo, o ativismo de mídia contemporâneo se esforça para se reapropriar deste corpo público e fazê-lo falar. Para o pensador italiano, o midiativista atual é uma nova figura social: misto de operador, militante, artista e cidadão, comprometido a experimentar, no próprio tecido urbano, formas de auto-gestão da comunicação. Na sua estruturação através de redes mundiais, oferece conseqüentemente um modelo e uma metáfora para uma nova sociedade.

Pasquinelli (ibid.) aponta três tendências principais do midiativismo: 1) na auto-gestão dos meios de comunicação contra os monopólios de mídia de conglomerados internacionais que irradiam o pensamento único, configura-se a tendência política do ativismo de mídia contemporâneo; 2) na experimentação tecnológica e no jogo com as mídias enquanto máquinas para se desmontar e voltar montar, principalmente nos trabalhos de *net art* e na programação de *softwares*, desenha-se uma dimensão lúdica e libidinal nas práticas de mídia ativistas atuais; 3) por fim, uma tendência criativa perpassa o midiativismo na construção de novos imaginários, novas mídias e novos modelos de comunicação, organização, criação e socialização. A comunicação é entendida como uma narração coletiva, na qual se inventam simulacros pop, sabotagens midiáticas e novas *memes*⁵¹.

Tanto para Pasquinelli (ibid.) quanto para Cardon e Granjon (2003), é no cruzamento entre as teorias neo-marxistas com origem no *Operaismo* italiano e o pós-estruturalismo francês que se encontram as melhores ferramentas conceituais para interpretar as ações do ativismo de mídia contemporâneo. Segundo Cardon e Granjon (ibid.) a concepção de *multidão*, desenvolvida por Antonio Negri e Michael Hardt (2005[2000]), reflete as transformações da corrente *crítica expressivista* na última década. Isto porque, ela deliberadamente se opõe à arquitetura de dominação e resistência definida pela tradição marxista que dá base à *crítica contra-hegemônica*⁵². A *multidão*, como concebida por Hardt e Negri, não é o “povo”, a “massa” ou emerge de uma determinada classe, mas são singularidades que indicam uma multiplicidade e, por isso, não podem ser representadas de acordo com os formatos disponíveis. Especificamente quanto aos meios de comunicação, Pasquinelli chama atenção para a *era pós-mídia* antevista por Guattari (1992), que propiciaria

⁵¹ O conceito de meme, que se origina dos trabalhos do cientista Richard Dawkins, surgiu na Internet. Segundo David Bennahum, editor da extinta lista de discussão virtual Meme, uma meme é “uma idéia contagiosa que se replica como um vírus, passando de mente para mente. Memes funcionam da mesma forma que genes e vírus, propagando-se por meio das redes de comunicação e no contato pessoal”. A definição pode ser encontrada em <http://memex.org/welcome.html>. Acesso em 20/12/2007.

⁵² Daí os trabalhos e as propostas de Negri e Hardt serem vigorosamente questionadas por autores como Atilio Boron (2004)

uma reapropriação coletiva das formas de produção de subjetividade, em grande parte, as mídias.

Ao contrário de outras correntes teóricas que foram incorporadas por pesquisadores nacionais somente décadas depois do seu surgimento, a vigorosa transformação semântica e conceitual capitaneada por Negri rapidamente encontrou interlocutores no cenário acadêmico brasileiro. No entanto, a partir da década de 1990, um grande número de ferramentas teóricas se tornou disponível para os intelectuais dedicados ao campo de comunicação e política e aos diversos entrecruzamentos da comunicação com as relações de poder. De acordo com Azevedo e Rubim (1997) e França (2000), a articulação da comunicação com a ideologia torna-se mais nuançada, a partir dos anos 1990, por uma reconfiguração teórica e metodológica, com a inserção de uma diversidade de perspectivas distintas.

A análise do discurso conjuga a virada lingüística da tradição francesa estruturalista e pós-estruturalista a noções variadas de poder. As teses de Gramsci sobre a hegemonia são utilizadas tanto de forma “pura”, a partir das ciências políticas, quanto em sua apropriação pelos estudos culturais, que, por sua vez, insinuam-se como paradigma dominante no cenário acadêmico brasileiro (Santaella, 2001). A Escola de Frankfurt é representada pela assimilação nacional dos estudos de Habermas, com ênfase especial em sua concepção de *ação comunicativa*. Os trabalhos de Jean Baudrillard, Paul Virilio e Pierre Bourdieu, Roland Barthes e Michel Foucault marcam fortes referências francesas entre os pesquisadores nacionais, enquanto, por fim, os trabalhos de Luhmann servem de base para a teorização da hipótese do *agenda-setting*, que aproxima certos autores do país à sociologia do jornalismo.

No estudo das práticas de recepção, novos paradigmas são também erigidos. A partir da segunda metade dos anos 1990, há um crescimento substantivo de pesquisas acadêmicas sobre o tema. De forma lenta, as práticas de recepção começam a ser enxergadas a partir deste período para além da verificação da influência ideológica dos produtos midiáticos nas audiências, assim como a existência de leituras diferenciadas destes produtos por parte do público. A adoção de posicionamentos teóricos construídos no interior dos estudos culturais latino-americanos, representados por trabalhos de pesquisadores como Jesus Martín-Barbero, Nestor Garcia-Canclini e Guillermo Orozco, do mesmo modo que os estudos culturais anglo-americanos, com origem na Escola de Birmingham, situam o espaço cultural do receptor como foco central das pesquisas sobre as práticas de recepção – isto é, questionam-se sobre o papel das mediações na configuração da relação entre sujeito-receptor e meios de comunicação (Escosteguy e Jacks, 2005).

Com o intuito de ultrapassar o viés acrítico da teoria funcionalista, ao mesmo tempo em que a paralisante *teoria da manipulação* construída pelos pensadores da Escola de Frankfurt e traduzida por autores latino-americanos nos anos 1960 e 1970 por meio da *teoria da dominação cultural* e das diversas denúncias do aspecto ideológico das indústrias culturais, Martín-Babero (1997 [1987]) sugere interpretar a comunicação não como uma questão de meios, mas de mediações. Ou seja, transformá-la em uma questão cultural. Assim, a atenção de do pesquisador recai sobre as práticas de recepção, sobre as resistências populares e a suas apropriações do processo comunicacional a partir de seus usos efetivos.

O autor colombiano se aproxima, desta maneira, do conceito de cultura trabalhado por autores que fundamentam o quadro teórico dos chamados *estudos culturais britânicos*. Os estudos culturais se desenvolveram vinculados a um projeto político que visava transformações sociais, sempre atento às lutas e aos antagonismos mais pungentes, ao articular o diagnóstico das estratégias hegemônicas às iniciativas contra-hegemônicas de resistência. Tomando como objeto de estudo inicialmente a classe operária inglesa, e depois as culturas juvenis, os produtos midiáticos como novelas e outras produções televisivas, a música popular, o cinema, além de se vincular aos ideais de minorias étnicas e grupos feministas, a intenção dos estudos culturais era legitimar manifestações culturais tidas como “vulgares” e “inferiores”. Uma de suas principais preocupações girava, portanto, em torno do desenvolvimento de modelos teóricos que levassem em consideração as raízes econômicas, sociais e culturais das práticas cotidianas de universos socioculturais antes desprezados no âmbito acadêmico, principalmente no que concerne aos usos de artefatos da cultura de consumo (Freire Filho, 2007; Kellner, 2001)

As contribuições dos estudos culturais britânicos e latino-americanos só penetram de forma mais profunda no contexto acadêmico brasileiro na segunda metade dos anos 1990. Configura-se, então, o início de uma terceira fase do que é possível identificar como uma teoria crítica nacional, preocupada em interpelar os problemas da comunicação do país com a ajuda de ferramentas da teoria social. A primeira, durante os anos 1960 e 1970, marcada pela influência da Escola de Frankfurt. A segunda, no final da década de 1970 e início dos anos 1980, caracterizada pelas categorias de análise gramscianas. Por fim, um terceiro momento se distingue pela inserção não só das contribuições dos estudos culturais britânicos, mas também do pós-estruturalismo francês e uma diversidade de referenciais teóricos possibilitados pela multiplicação de arranjos multidisciplinares.

Traçado o percurso histórico das manifestações críticas em relação aos meios de comunicação e, também, das abordagens teóricas utilizadas para apreender e fundamentar estes fenômenos, volto-me agora especificamente para as principais definições conceituais do ativismo de mídia contemporâneo, que se insere nesta narrativa histórica como o capítulo mais recente das mobilizações comunicacionais.

3. O ativismo de mídia contemporâneo e suas noções

Um copioso número de termos emergiu das práticas ativistas, dos meios acadêmicos, ou da confluência destes dois grupos na tentativa de nomear as ações do ativismo de mídia contemporâneo. Para Caetano (2006) e Meikle (2003), a noção de *mídia táctica* abriga práticas de *culture jamming*, hacktivismo, ativismo e ativismo na internet. No entanto, tendo como objeto de estudo senão as mesmas atividades, iniciativas bastante semelhantes, Cabral (2007), Jordan (2002) e Ravier (2005) nem ao menos mencionam o termo. É comum que muitos destes conceitos sejam utilizados em contextos distintos e por diferentes pessoas para nomear as mesmas atividades. Por exemplo, as ações do grupo americano Yes Men, que se especializou em personificar instituições como a Organização Mundial do Comércio e empresas comerciais como a rede de lanchonetes McDonald's para satirizar seus discursos naquilo que eles chamam de “correção identitária”, são classificadas como o melhor exemplo de mídia táctica por Garcia e Lovink (2001), uma prática de *culture jamming* por Meikle (2002) e ainda uma vertente de *comunicação guerrilha* pelo autonome a.f.r.i.k.a. gruppe (2002a; 2002b).

Estas noções, contudo, mais do que definirem especificamente um conjunto de práticas ou desenvolverem-se em uma tipologia de ações do ativismo de mídia contemporâneo, são utilizadas por seus promotores de maneira operacional. Isto se torna explícito na afirmação do cineasta e pesquisador do Instituto de Arte de Chicago, Gregg Bordowitz (2002), que sustenta: “a mídia táctica é o que é, quando precisa ser”. Além disso, nem todos os praticantes de ativismo de mídia são realmente a favor de uma nomeação para suas atividades, seja por meio destes termos ou quaisquer outros (Critical Art Ensemble, 2001b). Ainda que seja possível articular mais a fundo estas noções, uma construção conceitual deste tipo deve levar em conta, portanto, que estes conceitos são vagos não por uma má construção intelectual por parte de seus teóricos, mas por um objetivo explícito de não delimitar fronteiras, de manter abertos espaços para recontextualizações, experimentações e transformações.

Ainda assim, mesmo que estes conceitos sejam fluidos o bastante para serem interpretados de diversas maneiras, um resgate desses termos é um interessante artifício para interpelar as manifestações de ativismo de mídia contemporâneo. Neste sentido, dois conceitos se destacam, por ultrapassarem fronteiras nacionais, não se limitarem a atividades

em uma mídia específica e possuírem um certo grau de desenvolvimento, visto que emergem ainda no início dos anos 1990.

É possível sugerir que o ativismo de mídia contemporâneo se orienta, principalmente, a partir de duas concepções oriundas, em grande parte, dos próprios participantes das mais recentes mobilizações comunicacionais e que abrangem uma grande quantidade de práticas de mídia que surgem neste período. Na Europa, especialmente, a noção de mídia tática abriga um enorme número de experimentações de mídia que pretendem fundir a arte e a política, e que se apropriam das tecnologias digitais que serão disponibilizadas para o grande público durante esta década. Já nos Estados Unidos, o conceito de *culture jamming* é utilizado para definir diversas experiências de sabotagem midiática e busca por novos usos para os meios de comunicação. Aos poucos, manifestações de ativismo de mídia no Brasil adotam estas idéias e tentam interpretá-las e traduzi-las para o contexto brasileiro, na pretensão de forjar também conceitos nacionais que sejam capazes de explicitar estas práticas em suas particularidades dentro da realidade nacional. Almejo agora, portanto, especificar alguns dos termos existentes que tentam descrever as ações do ativismo de mídia contemporâneo.

3.1 Mídia Tática

De acordo com o coletivo americano Critical Art Ensemble⁵³, “por muitas décadas uma prática cultural evitou ser nomeada ou completamente categorizada” (2001b: 3). Com raízes na vanguarda histórica européia, seus participantes valorizavam a articulação das formas de representação com a política, a experimentação e o acesso aos sistemas de conhecimento ao invés da especialização resultante da restrição de atividades a campos específicos. Seus praticantes não eram artistas nem ativistas políticos, na acepção tradicional destes dois papéis. Pois, por um lado, evitavam ficar presos em narrativas históricas, metafísicas ou românticas associadas à arte. Ao mesmo tempo, recusavam tomar uma posição política reativa, desafiando imperativos justificados pela eficiência ou pela necessidade.

A partir de 1993, no entanto, esta prática cultural começou a ganhar um nome, quando uma coalizão de produtores culturais e ativistas políticos se reuniu durante a primeira versão do festival *Next Five Minutes*, em Amsterdã, na Holanda. Sob o tema “televisão tática”, o

⁵³ Formado em 1987, nos Estados Unidos, o Critical Art Ensemble (CAE), é composto originariamente por cinco membros que se propõem a explorar as interseções entre teoria crítica, arte, tecnologia e ativismo político. Suas atividades incluem desde a publicação de livros teóricos, apresentações de arte performática até experimentações no campo da biotecnologia, que, por um viés artístico, problematizam a questão dos organismos transgênicos. Ver <http://www.critical-art.net/>.

evento aglutinou um número de participantes ainda pouco expressivo, cerca de trezentas pessoas, originárias principalmente da América do Norte e da Europa Ocidental e do Leste. A maioria interessada “em questões de intervenção na televisão, em teorizar sobre a estrutura e as dinâmicas da cultura do vídeo, em formular representações de causas políticas que expandiam a justiça social, em criar modelos alternativos de distribuição e assim por diante” (id. *ibid.*).

Para o teórico David Garcia (1998), a motivação para a emergência destas questões encontrava seu contexto ainda no final da década de 1980, quando uma “revolução no consumo de bens eletrônicos pela primeira vez possibilitou que as audiências criassem seus próprios ambientes de mídia individualmente customizados”. Em um curto período, surgiram o *zapping* de TV, o *walkman*, o videocassete, a indústria de videolocadoras e as câmeras de vídeo, que explodiram de uma vez por todas com a dominância da mídia comercial como fonte centralizada das representações sociais.

Os organizadores do *Next Five Minutes*, todavia, logo perceberam que a televisão era um campo muito limitado para dar conta às experimentações que eram feitas em todos os tipos de mídia. Com a emergência das tecnologias digitais e da internet e das possibilidades propiciadas por elas, a segunda versão do encontro – ocorrido em 1996, também em Amsterdã – já se denominava um festival internacional de mídia táctica. Esta noção foi definida inicialmente como: “o uso crítico e a teorização das práticas midiáticas que apelam a todas as formas velhas e novas, lúcidas e sofisticadas de mídia, para alcançar objetivos específicos e não-comerciais e fazer avançar todos os tipos de temas políticos potencialmente subversivos” (Critical Art Ensemble, 2001b: 5).

Um ano mais tarde, em ocasião da inauguração do site *Tactical Media Network*⁵⁴, os professores e críticos de mídia Geert Lovink e David Garcia lançavam o primeiro manifesto de mídia táctica – *O ABC da Mídia Táctica*. Este manifesto foi uma das primeiras tentativas de se definir a concepção em termos conceituais. Além disso, lançava bases para um novo programa teórico e prático no contexto das teorias das mídias, já que tentava dar conta das demandas causadas pela inserção das mais recentes tecnologias de comunicação e informação no horizonte comunicacional, assim como da irrupção da *cibercultura* no imaginário social (Caetano, 2006).

No manifesto, os autores argumentavam que:

⁵⁴ Cf. <http://www.waag.org/tmn/main.html>.

Mídias táticas são o que acontece quando mídias baratas do tipo 'faça você mesmo', tornadas possíveis pela revolução do consumo eletrônico e pelas formas expandidas de distribuição (do acesso público ao cabo até à internet) são exploradas por grupos e indivíduos que se sentem excluídos ou ofendidos pela cultura mais ampla (Garcia e Lovink, 2003 [1997]: 107).

A noção de *tática* é fruto de uma apropriação dos estudos do pensador francês Michel de Certeau, que, em *A Invenção do Cotidiano*, identifica certas práticas cotidianas, as “maneiras de usar”, que demonstram como os consumidores fogem à suposta passividade e massificação dos comportamentos a que estariam entregues. São procedimentos populares que jogam com os mecanismos da disciplina e não se conformam com ela a não ser para alterá-los. A partir desta premissa, Certeau (op. cit) efetua uma distinção entre *tática*, o conjunto de características das práticas que propiciam aos consumidores a possibilidade de burlar a “vigilância”, e a *estratégia*, características daqueles que tentam perpetuar o exercício de poder.

A *tática* seria determinada exatamente pela falta de poder e pela ausência de um lugar próprio. Desta forma, resta à *tática* o lugar do outro; assim, ela valoriza o tempo em relação ao espaço, à espera de ocasiões em que surgirão falhas na vigilância que lhe possibilitarão agir de maneira oportunista. A falta de um lugar próprio também dá à *tática* um caráter de invisibilidade e mobilidade, características vitais, uma vez que age sempre dentro do “campo de visão” da disciplina. A *tática* não guarda o que ganha e é incapaz de assegurar independência em relação às circunstâncias. É sempre temporária e não pretende perdurar.

Garcia e Lovink (2003 [1997]) acreditam que o vocabulário produzido por Certeau (1994 [1980]) a partir da distinção entre *tática* e *estratégia* – “um vocabulário de táticas rico e complexo o bastante para equivaler a uma estética reconhecível e distinta (...) uma estética da apropriação, do engano, da leitura, da fala, do passeio, da compra, do desejo” (Garcia e Lovink, 2003 [1997]: 108) – pode ser utilizado para nomear as atividades de produtores culturais que visam se valer das tecnologias comunicacionais disponíveis para experimentar outras condições de uso da mídia.

Assim, os autores sustentam que as mídias táticas também assumem um caráter temporário, como é provisória a criação de espaços, canais e plataformas para reversões no fluxo de poder que tais manifestações pretendem fomentar no horizonte simbólico. Ao mesmo tempo, seus praticantes devem possuir mobilidade, que se traduz na capacidade e no desejo de transitarem entre as diferentes mídias criando um contínuo estoque de mutações e hibridizações. Além disso, “as mídias táticas nunca são perfeitas, mas sempre em

transformação, performativas e pragmáticas, envolvidas num contínuo processo de questionamento das premissas dos canais com que elas trabalham” (id.ibid.).

O manifesto ainda caracteriza as mídias táticas como mídias de crise e oposição, com uma ética e uma estética distintivas, atuando no nível da representação de maneira a ultrapassar dicotomias como amador *versus* profissional, alternativo *versus* dominante. O praticante de mídia tática é apresentado como um híbrido, capaz de buscar respostas flexíveis e de trabalhar com diferentes coalizões ao invés de se enclausurar em um nicho de mídia alternativa, ritualizando ideais contra-hegemônicos ou *underground*.

A distinção entre mídia tática e mídia alternativa reflete a crença de diversos autores (Garcia e Lovink, 2003 [1997]; Lovink e Richardson, 2003; Meikle, 2002; 2003; Caetano, 2006) de que as práticas de ativismo de mídia contemporâneo, da mesma forma que atualizam, provocam rupturas com as práticas já existentes de comunicação alternativa à grande mídia, seja no terreno da comunicação popular e comunitária (baseada no modelo participativo), seja quanto às agências de notícias e outras iniciativas da crítica contra-hegemônica (voltadas para a denúncia de distorções ideológicas e da exploração comercial da mídia *mainstream*). Entretanto, para se distinguir a mídia tática da mídia alternativa, é necessário, primeiro, elucidar o que é exatamente a mídia alternativa, visto que não existe um consenso aparente sobre a amplitude deste conceito.

A mídia alternativa se refere, para muitos, à produção de mídia em um período histórico específico, do movimento contracultural das décadas de 1960 e 1970 (Atton, 2002: 1-2)⁵⁵. Para outros autores, porém, atentos à explosão dos *fanzines* nas culturas juvenis nos anos 1970 e 1980, principalmente no movimento *punk* (Duncombe, 1997), da mesma forma que uma gama de atividades em outras mídias, como as manifestações da cultura popular na América Latina (Rodriguez, 2001), a noção assume a função de englobar todas as manifestações nos veículos comunicacionais que possuem um circuito de produção, distribuição e consumo diferente da grande mídia.

Deste modo, porém, a própria natureza política da mídia alternativa é posta em questão. Pois, entre aqueles que se envolvem na produção alternativa de mídia, apenas alguns querem uma voz política, e entre estes, apenas alguns desejam uma mudança social radical (Atton e Couldry, 2003). É por isso que Downing (2002) oferece a designação *mídia radical alternativa*, visto que, assim, é possível focar a mídia politicamente ativa e evitar o binarismo mídia alternativa/mídia dominante, que Rodriguez (2001) acredita que deva ser transcendido

⁵⁵ Denominada no Brasil como *imprensa nanica*.

na análise dos fenômenos comunicacionais que oferecem alternativas à produção *mainstream* de mídia.

Contudo, outras discussões irrompem no interior da concepção de mídia alternativa. Hamilton (2000), por exemplo, acredita que entender a mídia alternativa como um avanço nos níveis de representatividade (ou seja, basear suas atividades na manutenção de canais que representem a voz dos excluídos da “grande mídia”) mascara o fato de que existem muitos tipos de participação no sistema midiático. De modo que a mídia alternativa se encontra muitas vezes diante de um paradoxo, pois é forçada a se profissionalizar e adotar formatos convencionais de produção cultural e informacional no intuito de abranger um público maior, que seja capaz de legitimar a mídia alternativa e lhe conferir poder e influência.

Hamilton (2000) se questiona se os movimentos sociais só podem ser efetivos como movimentos de massa, e, por conseguinte, se as mídias alternativas devem, de fato, buscarem sempre mais poder e influência para serem efetivas. O pesquisador, apoiando-se em argumentos de Benjamin (1982), dá razão aos que argumentam que, para a democratização da mídia, a maneira como ela é organizada e que tipo de relações sociais ela promove pode ser mais importante do que os conteúdos produzidos e a amplitude que estes produtos atingem.

Na falta de um consenso, alguns autores ainda buscam delimitar as fronteiras sobre o que é mídia alternativa. Atton (2001: 27) sugere uma série de características que possibilitam a classificação da mídia radical e da mídia alternativa⁵⁶, Downing (2002: 27-30) também compila uma lista de argumentos com a intenção de diferenciar a mídia radical alternativa da mídia convencional e estabelecida. Entretanto, o embate conceitual entre mídia tática e mídia alternativa parece surgir na tentativa de se definir o que é a mídia tática justamente pelo que ela não é – quer dizer, pelas rupturas que promove com as manifestações políticas no campo comunicacional adjacentes a ela.

Por este motivo, o pesquisador australiano Graham Meikle pode afirmar que “a ‘mídia tática’, como a ‘mídia alternativa’, é melhor vista como um conjunto de opções ao invés de uma abordagem monolítica. É um modo de pensar bem como de fazer; um campo de tendências e potenciais” (2002:121). Todavia, o autor sugere uma distinção, visto que os praticantes de mídia tática “não tentam se consolidar como uma alternativa – não tentam criar uma estação de rádio ou um jornal “melhor”, ou se estabelecerem como, por exemplo, uma ‘CNN chinesa’” (id.ibid.: 119).

⁵⁶ A mídia tática, mesmo que com ressalvas (Caetano, 2006), poderia ser incluída em ambas as concepções.

Por isso, a mídia alternativa é identificada por Meikle (ibid.), de acordo com a dicotomia proposta por Certeau (1994 [1980]), como uma abordagem *estratégica* em relação à utilização política dos meios de comunicação, porque, entre outros motivos, suas iniciativas possuem objetivos de longo prazo – ainda que outros autores (Downing, 2002; Duncombe, 1997) caracterizem as mídias radicais e alternativas como efêmeras. Já a mídia tática, define-se por objetivos de curto prazo ou mesmo por eventos específicos. Para o teórico australiano, porém, isto não significa que a mídia tática e a mídia alternativa não possam formar coalizões ou serem utilizadas simultaneamente para um objetivo comum.

O autor cita as páginas eletrônicas dos Centro de Mídia Independentes como uma espécie de fusão destes dois modelos, por vezes estruturados de modo a durarem por um longo tempo, enquanto ocasionalmente outras iniciativas da rede trabalham por objetivos específicos, em intervenções pontuais na cobertura de eventos como as Olimpíadas na Austrália ou no Dia do Trabalho na Europa, que nos últimos anos têm abrigado uma série de manifestações ativistas.

Já Lovink e Richardson (2003), identificam a mídia alternativa como detentora de uma percepção logocêntrica da mídia. Para os autores, ela busca disseminar contra-informação e ser um espelho da mídia convencional, com o objetivo de corrigi-la e, por fim, suplantá-la. Sua intenção é transformar a consciência dos indivíduos, para que eles se tornem atentos aos seus comportamentos e opiniões. A mídia alternativa, porém, precisa da verdade para operar. Mesmo com os avanços tecnológicos que possibilitaram o surgimento da Rede Indymedia nos anos 1990, que abole a separação entre emissores e receptores e transforma a mídia alternativa em mídia independente, ela continua a se opor à “máscara falsa e ideológica dos meios massivos com contra-argumentos feitos a partir de uma contra-perspectiva” (Lovink e Richardson, 2003: 185).

A mídia alternativa não questiona a posição de onde fala, pois, para seus praticantes, ela é auto-evidente. “E como a mídia *mainstream*, eles são muito sérios, lutam e militam para defender sua posição. Mostrando sua militância, eles são por vezes cegos às suas contradições internas, fecham-se à possibilidade de serem criticados, e não possuem o princípio do prazer” (id. ibid: 186). Isto, porque a mídia alternativa trabalha por uma missão política, uma causa suprema, que não deve ser retirada dos trilhos.

Em comparação, os praticantes de mídia tática não se levam tanto a sério. Eles sabem rir, inclusive de si mesmos, pois não assumem uma posição de superioridade moral ou apelam a uma “grande verdade”. Segundo Lovink e Richardson:

Eles não utilizam as mesmas estratégias que a mídia convencional, eles se esquivam da solenidade e dos apelos por representações verdadeiras. A mídia tática cria um sistema de desinformação, que questiona implicitamente o poder e a importância dos signos. A informação se torna digna de risos, é exposta como uma fraude. A verdade não é uma base de dados cheia de “fatos”, mas só aparece como um breve momento de revelação, surgindo do (coletivo) inconsciente (id. ibid.: 187).

Isto não significa, todavia, que a mídia tática não seja uma mídia oposicional ou que não possua interesses políticos. A mídia tática trabalha por uma causa futura, mesmo que não seja “militante” em um sentido político mais restrito. Se por um lado, ela abandona as massas, por outro, busca mudar a consciência de uma minoria, conduzindo sua política de outra maneira, que não se restringe ao campo político, mas se define também como arte, buscando ferramentas nas vanguardas históricas européias (id. ibid.).

A distinção entre mídia tática e mídia alternativa, identificada desde o primeiro manifesto de mídia tática por Garcia e Lovink (2003 [1997]), pode ser enxergada, portanto, para além de uma discussão sobre rótulos, como um esforço para demarcar os deslocamentos produzidos pelas mais recentes mobilizações comunicacionais em relação à sua postura política e como isso se reflete na visão que seus praticantes possuem dos próprios meios de comunicação e de seu potencial crítico. Dentro desta perspectiva, a discussão se torna de algum modo realmente substancial. Pois, mais do que um conceito com a função de identificar e de circunscrever atividades específicas com características bem definidas, a mídia tática se revela assim como uma espécie de movimento discursivo que marca uma ruptura com modelos já sedimentados de crítica através dos meios de comunicação. Neste sentido, Lovink sustenta que a mídia tática “herda a herança da mídia ‘alternativa’, sem o rótulo da contracultura ou a certeza ideológica das décadas anteriores” (2003: 254)

Ao buscar fundamentar esta hipótese a partir de um olhar histórico, a pesquisadora americana Sandra Bramam (2002) procura demonstrar que inovações tecnológicas sempre interagiram com desenvolvimentos ideológicos, culturais e sociais de suas respectivas épocas na formação de novas práticas de comunicação social. Traçando uma narrativa que se inicia com a distribuição de energia elétrica e o surgimento das máquinas de impressão no século XIX, Bramam (ibid.) localiza a mídia tática no contexto de emergência das tecnologias digitais, da teoria e da experiência pós-moderna e do vácuo ideológico deixado pelo colapso da União Soviética.

Para a autora, a mídia tática é uma vertente da mídia alternativa. Todavia, ela acredita que o motivo pelo qual os praticantes de mídia tática tanto se esforçam para se distinguir dos

participantes de mídia alternativa das décadas de 1960 e 1970 se deve ao fato de quererem demarcar as seguintes mudanças que operam: 1) de uma adesão a posições estritamente ideológicas para o abandono da ideologia; 2) da rejeição do consumo para o uso do consumo para fins políticos; 3) da rejeição da estética para o uso da estética para fins políticos; e, 4) do foco no conteúdo da mídia, para o meio como uma mensagem, como queria McLuhan.

O primeiro manifesto de mídia tática provocou sentimentos ambíguos. Em parte, causou uma sensação de alívio para aqueles envolvidos com o uso tático dos meios de comunicação, já que agora eles poderiam ser qualquer tipo de híbrido cultural: “artistas, cientistas, técnicos, artesões, teóricos, ativistas, etc., poderiam todos se misturar em combinações com diferentes pesos e intensidades” (Critical Art Ensemble, 2001b.: 5). Esta proposta de hibridização ainda era positiva pelo fato de se afastar dos sistemas institucionalizados da produção de saber, tirando da especialização um caráter determinante sobre os tipos de ação. Contudo, a recuperação lingüística destas práticas culturais através do termo “mídia tática” significava a criação de fronteiras. “O que antes era tão fluído se tornaria crescentemente estruturado e separado enquanto o movimento era teorizado e historicizado” pondera o Critical Art Ensemble (ibid.).

Ao ser lançado na terceira edição do festival *Next Five Minutes* – também organizado na Holanda, em 1999 – o segundo manifesto de mídia tática (Garcia e Lovink, 1999) busca dar conta de diversas problemáticas das práticas de mídia tática surgidas durante toda a década de 1990. Tenta, também, articular a concepção à emergência dos primeiros sinais das manifestações do Movimento de Ação Global, que se tornaria maciço nos meses seguintes. A partir daí, as ações de mídia tática seriam localizadas dentro do projeto político das atividades do Movimento de Ação Global pela construção de um “outro mundo possível”, ou uma globalização alternativa.

Por uma perspectiva, esta associação faz com que os autores reflitam sobre o perigo dos praticantes de mídia tática se tornarem auto-referenciais ou serem incapazes de sair de uma luta dentro da própria indústria midiática, que é em si mesma um universo. Para os autores holandeses era imprescindível que as táticas midiáticas naquele momento se esforçassem para ultrapassar as fronteiras da mídia para se relacionarem a questões sociais mais amplas. Por outro viés, se um dia a mídia tática foi definida com um “conjunto de práticas pequenas e sujas, micropolíticas digitais” (Lovink, 2003), a emergência do Movimento de Ação Global fez com que os promotores da mídia tática demandassem uma

dimensão e uma função bem maiores do que ela possuía nos seus anos iniciais, o que, por vezes, ultrapassou suas próprias limitações.

Uma das principais questões levantadas por Lovink e Garcia no *DEF da Mídia Tática* é a da eficácia da ação simbólica. Os autores tentam responder ao ceticismo daqueles que argumentam que qualquer ação discursiva, seja no âmbito artístico ou midiático, resulta apenas em espetáculo. Os teóricos defendem as iniciativas no horizonte simbólico por acreditarem que muitos dos embates sociais migraram para o espaço da representação. Assim, a discussão entre a intervenção “real” *versus* atividade “simbólica” deveria ser descartada, uma vez que a possibilidade de que algum tipo de manifestação política se torne relevante sem adentrar a esfera midiática é praticamente nula.

O segundo manifesto de mídia tática ainda traz à tona a constatação da incapacidade da mídia tática, até então, de atingir o imaginário de uma maior parcela da população – o que demonstra como, naquele momento, a preocupação com a eficácia da mídia tática se tornou preponderante, mesmo que em contradição com seus pressupostos de que a eficiência era secundária à experimentação. Segundo Garcia e Lovink (1999), à exceção do fenômeno dos lançamentos de torta⁵⁷, nenhuma outra ação foi capaz de ganhar maior visibilidade. Por isso, o momento pedia uma intensificação da guerrilha semiótica contra as imagens corporativas. Os autores terminam o segundo manifesto de mídia tática reforçando a necessidade de hibridizações entre os diversos saberes como única forma de manter a mobilidade desejada por aqueles pretendem utilizar as mídias com o objetivo de contestação taticamente.

A década de 2000, porém, observou a noção de mídia tática ser extensivamente desconstruída por aqueles mesmos que a colocaram em circulação. A queda do entusiasmo pela internet (tanto a partir da derrubada especulativa da chamada economia “ponto.com” quanto da relativa perda de fôlego das aspirações da rede mundial de computadores como instrumento de luta política) somada ao ataque em 11 de setembro de 2001 ao World Trade Center – que mudou a configuração política mundial e marcou um recrudescimento do Movimento de Ação Global – redesenharam o contexto em que as práticas de mídia tática antes emergiram.

⁵⁷ A tática de protesto bem humorada e criativa de arremessar tortas na face de políticos e empresários considerados poderosos como Bill Gates, o rei da Suécia Carl Gustav e o economista Milton Friedman com o intuito chamar a atenção da mídia para certos temas políticos e sociais se tornou uma ferramenta comum para o ativismo nas últimas décadas. Existe, inclusive, um grupo dedicado somente a este tipo de manifestação, o Biotic Baking Brigade, que atua nos Estados Unidos (Assis, 2005). No Brasil, o político José Genuíno foi um dos agraciados com este tipo de protesto, em 2003 (Kormann, 2003).

Em uma entrevista de Garcia e Lovink com Andréas Brockmann, intitulada *O GHI da Mídia Tática*, os críticos de mídia passam a definir a concepção como resultante da conjuntura dos anos 1990, em que se buscava uma nova alquimia entre arte, mídia e ativismo político. Lovink explicita, então, claras limitações e potencialidades da mídia tática, talvez até para além dos objetivos que em qualquer momento ela se prestou a alcançar:

Existe um hiato entre tópicos abstratos como a dívida do terceiro mundo, tratados comerciais mundiais, políticas financeiras e miséria, com suas lutas locais e concretas. Eu não acho que o ativismo na Internet ou a mídia tática, seja o que for, pode preencher essa lacuna. O que nós podemos fazer é trocar conhecimento. O rápido crescimento de grupos anti-fronteiras, que ajudam imigrantes ilegais⁵⁸, é um bom exemplo. Uma luta em que a imaginação tática tem um papel-chave (op. cit.).

Frente a constatação de traços de estagnação em todo o Movimento de Ação Global e da possível exaustão do modelo de mídia tática, Lovink e Schneider (2003) se questionam sobre o que deve ser feito nessa nova conjuntura. Os autores especificam quatro momentos do Movimento de Ação Global: 1) as experimentações táticas com as mídias durante toda a década de 1990; 2) o período de grandes mobilizações iniciado em Seattle em 1999; 3) o confuso momento político e cultural após os ataques de 11 de setembro de 2001; 4) os desafios então atuais. Especificamente sobre o ativismo de mídia e na internet, os autores identificam a necessidade de que estas práticas contestatórias saiam de suas versões “demo”, pois a ocasião é decisiva. “Os movimentos atuais correm o perigo de ficarem presos em um modo de protesto auto-satisfatório”, sustentam os pesquisadores, pois, “com o acesso ao processo político efetivamente bloqueado, maior mediação parece ser a única opção disponível” (id.ibid.: 25).

Dentro deste contexto, a quarta e mais recente edição do *Next Five Minutes*, ocorrida em setembro de 2003, em Amsterdã, foi marcada por um extensivo questionamento da mídia tática. O encontro cedeu, pela primeira vez, espaço a projetos de mídia tática fora do eixo

⁵⁸ Um exemplo do tipo de manifestação a que Lovink se refere foi uma campanha chamada *Deportation Class*, que fazia parte do projeto “Ninguém é ilegal” iniciado na Alemanha, em 1999. Rapidamente a campanha se juntou à rede “No Border”, que trabalhava com questões da política de imigração. Para trazer à tona a questão da deportação de imigrantes ilegais, diversos grupos europeus uniram forças e, aproveitando-se de uma situação delicada, a de que o governo alemão obrigava as empresas aéreas a transportarem deportados em seus vôos comerciais, criaram a *Deportation Class*: uma campanha contra a empresa aérea alemã Lufthansa que criava a falsa “classe de deportação”. Foram impressos panfletos, produzidos vídeos e um site foi colocado na internet (<http://www.deportation-class.com/>) anunciando que a empresa era obrigada a transportar imigrantes ilegais para fora do país, porém estava consciente de que a situação poderia ser incômoda para os passageiros comuns, uma vez que os deportados muitas vezes resistiam. Desta forma, a Lufthansa oferecia preços reduzidos para quem fizesse tais vôos. O *slogan* da campanha era uma leve alteração do próprio *slogan* da empresa. Enquanto a Lufthansa prometia “We fly you there”, sua “classe de deportação” prometia que “We fly you out”.

Europa-Estados Unidos, dando lugar a ações de diversas regiões do mundo, como Mali, Gana, Tanzânia, Uganda, Zâmbia, Jamaica, Bolívia, Índia e Brasil. Na sua grande maioria, estas iniciativas buscavam prover infra-estrutura, acesso aos meios de comunicação e troca de conhecimento para pessoas que, por razões políticas ou econômicas, não possuíam estes meios (Richardson, 2003). Tal mudança demonstrava a intenção de transformar o evento em uma série de manifestações dispersas e focadas em questões locais – como a que ocorreu no Brasil, um pouco antes, em 2003 – ainda que conectadas por uma organização estruturalmente descentralizada.

A quarta edição do *Next Five Minutes* distinguiu-se, também, por um grande questionamento sobre os limites conceituais e as possibilidades concretas da mídia tática. Seu objetivo era investigar o significado da noção após o ataque de 11 de setembro nos Estados Unidos, assim como pensar as conseqüências do uso do conceito para as mais variadas atividades de mídia. Um dos temas centrais das discussões neste período mais recente é, justamente, a perda de sentido da concepção de mídia tática frente a sua abrangência, que cada vez mais abriga diferentes práticas. Richardson (2003) alerta que o termo pode se diluir, caso deixe de apreender as particularidades de ações concretas, muito diferentes entre si; enquanto para o Critical Art Ensemble (2003), a noção abrange, na atualidade, um desregrado contingente de atividades que, por falta de um termo melhor, assim são chamadas.

Quando visitou o Brasil em 2005, Geert Lovink voltou a associar as práticas de mídia tática aos anos 1990, além de ressaltar o grande número de iniciativas que se definem ou são nomeadas pelo termo. Ao mesmo tempo, descartou a necessidade de se aplicar rotulações do tipo:

O conceito de mídia tática surgiu nos anos 90, uma década gay, festiva. Dez anos passados, existe uma diversidade notável de praticantes da mídia tática, ainda que talvez nem todos eles optassem por usar esse termo. Mas isso não é relevante. O mesmo se aplica ao ativismo na mídia. Nem todos que são ativos gostam de usar essa identidade fixa como “ativista” (Lovink, 2005).

Todavia, não era apenas conceitualmente que a concepção começava a ser questionada. Este período se caracteriza, igualmente, por uma reflexão sobre as limitações políticas das práticas de mídia tática. A epígrafe do *reader* do quarto *Next Five Minutes* apresentava a seguinte citação do teórico australiano McKenzie Wark:

Pode a mídia tática se antecipar, ao invés de ser reativa? Nós precisamos de uma teoria melhor, mas uma que seja simultaneamente uma prática melhor.

Não uma mídia estratégica, mas uma profundidade estratégica de conceitos e de competências para se engajar no espaço-evento da mídia nos momentos em que ele esteja em crise (Wark, 2002).

Desde o primeiro manifesto de mídia tática, um grupo de autores (Clauswitz, 2003; Wark, 2003, Wilson, 2003) discute a escolha exclusiva pelas condições táticas de produção de mídia, argumentando que a estratégia – ou seja, manifestações com objetivos de longo prazo e mais elaboradas – também poderiam ser úteis. Wark (2003), entretanto, vai além, ao argumentar que, “para existir algo como a mídia tática, isto implica que existam também as mídias estratégica e logística, que descrevam os três níveis em que a contestação pode se dar.” Enquanto a mídia tática é local e contingente, a estratégia envolve planejamento e coordenação e a logística se refere às organizações de força de modo sistemático e global. O teórico australiano sugere, então, que talvez seja prejudicial pensar em um só destes planos possíveis de organização do contra-poder, ainda mais se for levado em consideração que a organização do poder é crescentemente logística, afirmação que o autor fundamenta com as reflexões do pensador francês Paul Virilio.

Com estas ponderações, Wark (2002, 2003) pretende provocar a adoção de objetivos mais ambiciosos para os praticantes de mídia tática, que reúnem esforços em manifestações específicas, fragmentadas e descontínuas e não investem energia para que suas atividades tomem proporções maiores. Frente a estas demandas teóricas pela transposição do caráter tático da apropriação das mídias com objetivos de transformação social para uma prática mais sistemática e consciente de seu potencial político, o coletivo americano Critical Art Ensemble (2003) chama atenção para o fato de que usos táticos, estratégicos ou logísticos das mídias não são excludentes. Eles devem, ao contrário, serem articulados, pois a mídia tática é apenas uma ferramenta de um sistema de resistência, não é um sistema em si mesmo.

A partir desta perspectiva, os usos táticos da mídia – com sua tendência ao concreto, à imanência das ações diretas e da experimentação – podem e devem trabalhar junto com abordagens estratégicas, mapeamentos territoriais, organização logística, construção de coalizões e redes e sistemas de comunicação (id. *ibid.*). Nota-se, deste modo, uma tensão entre aqueles que identificam a mídia tática como uma ala mais experimental das contestações midiáticas, apenas como uma das muitas possibilidades de convergência entre os vetores políticos e culturais, e os que gostariam ver os praticantes de mídia tática engajados de modo sólido em uma luta mais bem fundamentada.

Ao mesmo tempo, nas observações de Wark (2002) há o intuito de problematizar a utilização de um vocabulário militar para nomear práticas de mídia. Richardson (2003)

também toca nesta questão. Para a autora, se a mídia tática busca soluções para uma prática midiática que não utilize a contra-propaganda e espelhe o poder estratégico da mídia convencional, sua linguagem “simultaneamente aprisiona a idéia de um tipo diferente de produção midiática dentro de uma teoria de guerra, como uma mídia de oposição, determinada a conquistar o inimigo” (Richardson, 2003: 128).

Ainda que Lovink e Garcia (2001) tenham sugerido que a mídia tática é mais exploratória do que confrontacional, a possibilidade de um entendimento da mídia tática que dependa da existência de um inimigo se torna problemática. Com a expansão das ações assim denominadas, estão incluídas atividades que parecem ser tanto mídias estratégicas quanto táticas e também fenômenos que diferem de ambas, pois não são tipos de luta direcionados contra um inimigo. O conteúdo destas mídias, afirma Richardson “não é determinado em primeira mão por meio de uma oposição pré-concebida, mas deixado para ganhar forma por seus produtores” (id. *ibid.*: 127).

Se a linguagem da mídia tática é problematizada por Richardson (2003), no sentido de limitar as práticas de mídia a um vocabulário de guerra, Wark (2003) acredita que talvez seja justamente a retórica o que mais caracteriza a mídia tática. Para o pesquisador, “o aspecto mais tático da mídia tática é a retórica tática de se chamar de tática.” Isto porque, enquanto retórica, a concepção pôde ultrapassar os debates sobre os modelos teóricos de mídia alternativa e a crise da representação das décadas de 1970 e 1980⁵⁹, que desestimulavam a produção midiática, para desbloquear o fluxo de ações contestatórias no âmbito comunicacional.

A retórica da mídia tática retira qualquer entrave para que os produtores culturais possam produzir, tentar diferentes táticas, sejam elas fundamentadas na história da arte ou na teoria da mídia. Porque a mídia tática: 1) não necessita de recursos estratégicos (já que pode utilizar qualquer mídia à disposição); 2) não carece de uma metodologia específica para fazer uma representação (pois se baseia na improvisação e na experimentação de formatos e de linguagens); 3) nem precisa dar uma veracidade particular às suas representações (porque não

⁵⁹ Os debates a que Wark (2003) se refere podem ser exemplificados pela polêmica entre o ativista e escritor alemão Hans Magnus Enzensberger (2003 [1970]) e o francês Jean Baudrillard (1972), no início da década de 1970, sobre como os meios de comunicação poderiam ser usados para objetivos emancipatórios. Enquanto Enzensberger defendia um modelo de mídia alternativa baseado na tomada dos meios de produção de informação para devolvê-los seu caráter comunicacional, Baudrillard argumentava que o que impedia as mídias de serem veículos de contestação era sua própria natureza. Para o pensador francês, as mídias, em sua estrutura, configuram-se como veículos de não-comunicação, são intransitivos. Assim, Baudrillard aponta que uma “revolução” neste domínio só poderia ser obtida caso se restituisse aos meios de comunicação a possibilidade de um processo de troca, uma subversão da arquitetura das mídias em que a resposta e a reciprocidade deixassem de ser proibidas.

se situa em um lugar ideológico estável). A mídia tática, portanto, possibilita atividades temporárias que não precisam atender demandas mais profundas ou defender sua legitimidade. Todavia, a abertura de possibilidades de ação se dá à custa da logística comunicacional. “Como os recursos serão alocados? Como as redes serão sustentadas?”, indaga-se Wark (2002).

Caetano (2006), por sua vez, busca elencar alguns elementos que poderiam constituir uma crítica ao conceito de mídia tática. Com esta intenção, o primeiro tópico que aborda é justamente a falta de uma definição minimamente estável que possa responder a pergunta sobre o que são as mídias táticas. O segundo problema gira em torno da possibilidade de cooptação destas práticas pelo mercado. Já o terceiro ponto identifica a relação da mídia tática com o que Caetano (ibid.) chama de “o eterno retorno do sublime tecnológico” – isto é, uma vez que tais atividades surgiram e solidificaram-se a partir da emergência das tecnologias digitais, muitas vezes há um excesso de otimismo quanto às capacidades democratizantes das mais recentes tecnologias por parte dos praticantes de mídia tática. O último argumento do autor para construir uma crítica à concepção gira em torno de uma possível impossibilidade da subversão das mídias, baseada nos apontamentos de Baudrillard (1972).

A melhor formulação sobre o conceito de mídia tática, de acordo como Garcia e Lovink (2001), é a do Critical Art Ensemble (2001b). O coletivo, no entanto, ressalta de início que “o conjunto de traços a partir do qual emerge uma prática de mídia tática está sujeito a mudar dependendo de a quem é perguntado quais são esses traços” (id.ibid.: 7). Esta fluidez, causada pelas mudanças de contextos culturais, de percepções individuais, de diferentes valores e papéis daqueles que usam os meios de comunicação taticamente fazem com que a mídia tática não seja “um modelo monolítico, mas um modelo adaptável que pode ser trabalhado e re-trabalhado” (id. ibid.). As contradições e diferentes conjecturas da mídia tática não impedem, porém, que o Critical Art Ensemble levante alguns princípios que funcionam como valores gerais destas manifestações.

Em primeiro lugar, a mídia tática é uma forma de intervencionismo, de combinar, re-combinar e interagir com os regimes semióticos existentes em eventos participativos que assumem um papel crítico através de um processo experimental. Em segundo lugar, o praticante de mídia tática usa de qualquer meio necessário em dada situação, sem que a especialidade em uma única mídia predetermine a ação. A mídia tática valoriza, deste modo, a prática amadora, em que sistemas de saber institucionalizados não são postulados como paradigmas dominantes, abrindo-se, conseqüentemente, liberdade para a experimentação. Por

fim, a mídia tática é efêmera, deixa poucos rastros senão aqueles da memória vivida. Funcionam de maneira pragmática, buscam se desterritorializar num processo *ad hoc* que procura se autodestruir e não deixar o mínimo de resíduos possíveis (id. *ibid.*: 7-10).

À primeira vista, os postulados do coletivo americano sobre o que caracterizaria as ações de mídia tática parecem bastante coesos. Contudo, um olhar mais atento perceberá que as diretrizes propostas pelo Critical Art Ensemble (*ibid.*) para definir o que são as práticas de mídia tática funcionam apenas como uma moldura que pode guardar uma infinidade de manifestações. Nota-se nos praticantes e nos promotores de mídia tática uma recusa tácita em circunscrever a concepção a um conjunto restrito de atividades com traços distintivos. Isto sugere comprovar a hipótese de que o conceito seja, ao menos em parte, um movimento retórico para incentivar a produção de mídia fora do escopo comercial, sem se preocupar com “patrulhas ideológicas” ou conviver com o peso da responsabilidade de influir de fato nas relações de poder vigentes.

Ainda como deslocamento retórico, é possível sugerir que a principal função da noção de mídia tática não é exatamente definir uma espécie de manifestação com características próprias, mas sublinhar a ruptura que estas atividades promovem com modelos tradicionais de crítica através dos meios de comunicação. Por isso, a ênfase dos praticantes e dos analistas de da mídia tática em diferenciá-la conceitualmente das ações de mídia alternativa. Interessante notar, porém que não há um consenso entre os estudiosos sobre o que é mídia alternativa.

Assim sendo, curiosamente, os promotores da mídia tática constroem uma concepção particular de mídia alternativa simplesmente para se diferenciar dela⁶⁰. Meikle (2003) é o único autor que faz um estudo comparativo dos dois modelos a partir de casos específicos, todavia, este não é seu principal objetivo. Mesmo assim, o teórico se vê obrigado a relativizar a possibilidade de uma abordagem monolítica dos conceitos, preferindo enxergá-los como tendências e modelos adaptáveis. Torna-se interessante, portanto, sintetizar as distinções que analistas e praticantes da mídia tática fazem em relação às mídias alternativas, com o intuito de descobrir quais rupturas e deslocamentos são ambicionados por estas práticas.

Para contrapor o modelo tático ao alternativo, várias perspectivas são empregadas. A primeira delas é a derivada dos postulados de Certeau (1994[1980]). Ao nomear suas atividades de mídia tática, ativistas e artistas que rejeitam os tipos tradicionais de mídia

⁶⁰ É preciso levar em consideração, aqui, que, apesar dos adeptos da mídia tática celebrarem as velhas mídias, seus praticantes abraçaram e fizeram coro junto aos apologistas das mais recentes tecnologias de informação. Portanto, influencia nesta distinção também um inegável otimismo de que as tecnologias digitais mudariam por completo o ambiente midiático, delegando um desmesurado poder aos usuários e transformando a lógica que rege os meios de comunicação de massa em um sistema obsoleto.

alternativa os caracterizam como ações do tipo *estratégico*. A partir daí, ao menos duas distinções são construídas. Em relação ao tempo, a mídia tática se insinua em manifestações efêmeras, dependentes das circunstâncias e, por isso mesmo, oportunistas. Já a mídia alternativa almeja ditar o momento de suas ações, são iniciativas de longo prazo, que visam obter longevidade. Em relação ao espaço, a mídia tática atua no lugar do outro, de modo que emprega mobilidade e mimetismo; por sua vez, a mídia alternativa busca demarcar um lugar de ação e, então, defendê-lo.

Tabela 1

Mídia Tática X Mídia Alternativa: perspectiva derivada de Certeau

Categoria	Mídia tática	Mídia alternativa
Tipo de ação	Tática	Estratégia
Tempo	Oportunismo; depende das circunstâncias; efemeridade	Busca autonomia e longevidade; ações de longo prazo
Espaço	Atua no lugar do outro; mobilidade	Demarca e defende um lugar próprio

Estas características poderiam ser ilustradas brevemente se comparados exemplos paradigmáticos dos dois modelos: o *Le Monde diplomatique*⁶¹ e a página virtual produzida pelo grupo Rtmak⁶² para satirizar o então candidato à presidência dos Estados Unidos,

⁶¹ Apesar de Downing (2002) e Cardon e Granjon (2003) incluírem o *Le Monde Diplomatique* entre as manifestações de mídia alternativa e crítica contra-hegemônica da mídia, é possível sugerir que o jornal francês seja apenas um veículo comercial segmentado, que tem como público-alvo um setor da sociedade interessado em questões políticas e em articulações críticas à sociedade. No entanto, a profissionalização da mídia alternativa – que se faz presente não só no jornal francês, mas também em publicações semelhantes nos Estados Unidos, como o The Nation, ou no Brasil, como as revistas Caros Amigos, Carta Capital ou Global, é uma característica que, como explicitado anteriormente, torna-se muito comum nos veículos de contestação que pretendem atingir um número maior da população.

⁶² O Rtmak surgiu em 1997, como uma espécie de um fórum na internet com a intenção de servir de plataforma para a criação, financiamento e divulgação de sabotagens corporativas feitas pela dupla de ativistas Mike Bonanno e Andy Bichlbaum e pela comunidade que frequenta o endereço virtual. Entre as atividades já organizadas pelo grupo estão diferentes ações e campanhas que usam da mídia mais apropriada para a causa em questão. Assim, já foram produzidos documentários, *sites*, publicações impressas, jogos, além de uma gama de outras manifestações midiáticas. O grupo também já se fez passar por promotores da campanha eleitoral de George Bush à presidência dos Estados Unidos, fingiram ser representantes da Organização Mundial do Comercio e de grandes empresas comerciais. Cf. <http://www.rtmak.com/>.

George Bush⁶³. Enquanto o jornal francês existe há mais de 50 anos e possui uma circulação mensal constante, a criação do *site* só foi possível pelo fato de o domínio GWBush.com estar disponível. Não fosse essa *oportunidade*, a ação do Rtmark não se concretizaria. Além disso, outras circunstâncias temporais – a página foi criada no início da campanha eleitoral estadunidense – ditaram a ação. Após provocar a ira do então candidato à presidência e ganhar a atenção da grande mídia, o endereço eletrônico foi abandonado. Em relação ao espaço, o *Le Monde diplomatique* se vale de suas páginas e de seus endereços virtuais para divulgar posicionamentos críticos e luta para defender sua autonomia editorial. Em contrapartida, apesar de o *site* produzido pelo Rtmark estar sob controle dos próprios ativistas, a tática utilizada foi a de simular que a página eletrônica fazia parte da campanha oficial de George Bush – ou seja, os manifestantes transformaram o espaço conquistado no lugar do outro, para então atuar por meio de leves distorções no conteúdo do *site*.

Outra fonte de distinções entre os modelos de mídia tática e de mídia alternativa é a perspectiva que atenta à dimensão midiática articulada nestas iniciativas. A primeira diferenciação originada deste aspecto são as competências dos produtores conjugadas nas ações. Neste quadro interpretativo, a mídia tática é experimental e valoriza o amadorismo, enquanto a mídia alternativa valoriza a eficiência e tende a incorporar profissionais no seu processo de produção. Uma segunda categoria distintiva que surge deste ponto de vista dá conta do modo como estes modelos se relacionam com os meios de comunicação como objetos técnicos. A mídia tática é reflexiva e enfatiza a forma, ao contrário da mídia alternativa, que utiliza os meios de forma instrumental e destaca o conteúdo. Por fim, é possível contrapor as modalidades de acordo com sua relação com as mídias convencionais. A mídia tática abraçaria a exploração de possibilidades diferentes, mas não ambicionaria se consolidar como uma alternativa concreta. Já a mídia alternativa se colocaria de modo reativo à produção de informação comercial dominante e tentaria oferecer um modelo “melhor”.

⁶³ Em abril de 1999, os ativistas do Rtmark descobriram que o domínio eletrônico GWBush.com não havia sido registrado por ninguém (o endereço eletrônico do então candidato à presidência dos EUA era GeorgeWBush.com). Assim, adquiriram-no e construíram um *site* que era bastante semelhante à página oficial da campanha de George Bush, com a diferença de que pequenas notas referentes ao uso de drogas pelo político e outras informações controversas foram misturadas ao conteúdo original do verdadeiro *site*. A empreitada rapidamente chamou a atenção da mídia e do partido de Bush, que ameaçava os ativistas por meios jurídicos. A batalha legal incluiu a denúncia, por parte da campanha de Bush, da iniciativa para o Comitê de Eleições Federais estadunidense, o que gerou a cobertura do desenrolar do caso até mesmo por órgãos de imprensa internacionais. A situação, porém, atingiu seu ápice quando, ao vivo, em um programa de TV, um repórter questionou Bush sobre o *site* e o candidato respondeu que “deveria haver limites para a liberdade.” A declaração gerou ainda mais controvérsia e uma gama de ativistas, advogados e grupos que lutam pelo direito de liberdade de expressão se solidarizaram com a manifestação do Rtmark.

Tabela 2

Mídia Tática X Mídia Alternativa: dimensão midiática

Categoria	Mídia tática	Mídia alternativa
Competências	Experimental; valoriza amadorismo	Valoriza eficiência; tende a profissionalização
Relação com os meios	Reflexiva; enfatiza a forma	Instrumental; enfatiza o conteúdo
Relação com a mídia convencional	Exploratória; não tenta se consolidar como alternativa	Reativa, procura fazer “melhor”

Estas distinções também podem ser demonstradas com os exemplos do *Le Monde diplomatique* e o *site* falso produzido pelo Rtmark. Para a confecção da página virtual que satiriza George Bush, os ativistas não precisavam de um alto grau de conhecimento sobre as ferramentas digitais. O que eles fizeram foi, simplesmente, copiar o código do endereço eletrônico original e inserir pequenas alterações. Pode-se argumentar que, ao escolherem tal artifício, os ativistas empreenderam um exercício formal ao perceberem, na internet, um instrumento que possibilitava este tipo de ação. Ao mesmo tempo, o *site* que continha a paródia não esperava suplantará o endereço eletrônico oficial da campanha ou se transformar em um espaço de constante crítica ao candidato à presidência estadunidense.

O *Le Monde diplomatique*, por sua vez, na verdade, emprega jornalistas profissionais. Estes devem dominar as técnicas jornalísticas, de modo que as matérias veiculadas pelo jornal atinjam o padrão de qualidade que a empresa pretende oferecer aos seus leitores. A ênfase do *Le Monde diplomatique* reside no seu conteúdo, a imprensa escrita é compreendida, principalmente, como um veículo para a divulgação de informações e opiniões. O jornal cobiça se estabelecer como um espaço destinado a publicizar fatos e perspectivas não abordadas na mídia convencional. Neste sentido, o *Le monde diplomatique* se insinua como um modelo alternativo à imprensa convencional, com a promessa de oferecer análises da conjuntura política e econômica mundial e relatos noticiosos mais justos, imparciais e exatos.

Uma terceira abordagem de onde se originam novas distinções entre os modelos de mídia tática e de mídia alternativa é aquela que atenta à dimensão política destas atividades. Neste sentido, podem ser observadas quatro categorias de diferenciação: 1) a relação destas atividades frente ao poder instituído; 2) a amplitude ambicionada por estas iniciativas; 3) o posicionamento adotado quanto às ideologias; 4) os artifícios utilizados para fazer avançar seus interesses políticos. Neste quadro, a mídia tática é concebida como manifestações de contra-poder ou até mesmo anti-poder, suas ações são localizadas e não objetivam atingir toda sociedade. Estas iniciativas apresentam incertezas quanto às ideologias e utilizam do humor e da afetividade para levantar questionamentos. Ao contrário, a mídia alternativa opera um contra-poder que almeja a tomada de poder, e para tanto, necessita alcançar o maior número de pessoas o possível. Demonstra convicção na ideologia que assume como própria e a divulga com seriedade, por meio de argumentos racionais e articulados.

Tabela 3

Mídia Tática X Mídia Alternativa: dimensão Política

Categoria	Mídia tática	Mídia alternativa
Relação com o Poder	Contra-poder ou anti-poder	Quer tomar o poder
Amplitude	Ações localizadas	Universalidade
Ideologia	Incerteza	Convicção
Artifícios	Afetividade; humor	Logocentrismo; seriedade

De volta aos exemplos com os quais esta distinção está sendo ilustrada, o *site* falso da campanha de George Bush não aspirava senão a uma crítica ao candidato republicano à presidência. Sua amplitude se restringia àqueles que visitavam a página virtual. Não havia uma postura ideológica clara – o único intuito discernível era criar problemas para a candidatura do político – e a ação apelava para o lado afetivo dos visitantes do endereço virtual, ao utilizar o humor e a paródia para questionar a candidatura de George Bush através

de breves insinuações sobre o seu uso de drogas, suas gafes e sua suposta dificuldade intelectual.

Já o *Le Monde diplomatique*, não só objetiva estabelecer um espaço crítico em relação às conjunturas econômicas, políticas e sociais atuais, quanto deseja contribuir para o projeto de constituição de uma “globalização alternativa” do Movimento de Ação Global, posição que pode ser confirmada pelo papel ativo de Ignacio Ramonet, diretor do jornal, nos Fóruns Sociais Mundiais realizados no Brasil. O diário francês ambiciona, ainda, aumentar seu número de leitores, com a criação de núcleos internacionais ocupados em publicar versões estrangeiras do jornal⁶⁴. Por meio de seus articulistas, o *Le Monde diplomatique* apresenta opções ideológicas mais discerníveis e busca difundi-las com argumentos racionais, apelando ao logocentrismo e à acuidade da informação.

O quarto, e último, quadro interpretativo de onde emergem diferenciações entre as práticas de mídia tática e as atividades de mídia alternativa é aquele que busca localizar o modelo tático dentro de uma configuração pós-moderna da sociedade, enquanto o modelo alternativo se relacionaria ao contexto moderno. Não cabe aqui uma discussão sobre estes termos que, supostamente, definiriam uma ruptura entre períodos históricos distintos. De modo que o foco recai somente nas categorias propostas para distinguir as duas modalidades de crítica por meio da mídia. Três aspectos são levantados a partir desta perspectiva: 1) questões relativas à produção de verdade; aos discursos e às representações; 2) o posicionamento articulado por estas iniciativas em relação ao consumo; 3) a relevância dada à estética.

A mídia tática não necessita de uma verdade, de modo que pode questionar seu lugar de fala. Uma vez que não pretende se legitimar, opera, ao contrário, para produzir desinformação. O modelo tático valoriza a capacidade produtiva do consumo e acredita ser possível utilizar a estética para fins políticos. Em contraposição, a mídia alternativa se esforça para construir e defender sua concepção de verdade e, para tanto, é obrigada a tentar se legitimar. Daí, que, normalmente, não questiona seu próprio lugar de fala.

⁶⁴ Atualmente o *Le Monde diplomatique* conta com 68 edições estrangeiras em 26 línguas, sendo 35 impressas e 33 eletrônicas, segundo o *site* do jornal

Tabela 4

Mídia Tática X Mídia Alternativa: entre o moderno e o pós-moderno

Categoria	Mídia tática	Mídia alternativa
Verdade, discursos e representações	Não acredita na verdade; incentiva desinformação; não busca se legitimar; questiona lugar de fala;	Constrói e precisa de uma verdade; busca se legitimar e não questiona o lugar de fala
Consumo	Valoriza capacidade produtiva do consumo	Rejeita o consumo
Estética	Valoriza a estética para fins políticos	Rejeita a estética

É possível evidenciar estas distinções, também, a partir dos exemplos até aqui utilizados. O *site* falso criado pelo Rtmark não era um dossiê com informações controversas em relação ao candidato à presidência dos EUA, mas um trote, uma piada. Ele não precisava, portanto, fundamentar as informações que disponibilizava, pois sua intenção era “confundir, e não explicar”, como dizia um famoso apresentador de TV brasileiro. O processo de confecção da página virtual poderia ser localizado completamente dentro de um raio de ação de um usuário comum da internet, que culmina na aquisição de um domínio virtual, capacidade esta possibilitada pelas novas tecnologias. Se o *site*, em si, não apresenta uma dimensão estética mais pungente, outras ações dos ativistas do Rtmark – sob a alcunha de Yes Men – foram registradas em uma exposição intitulada *The interventionists* no Museu de Arte Moderna de Massachusetts, nos Estados Unidos.

Por sua vez, o *Le monde diplomatique* se baseia na acuidade das informações que divulga como modo de legitimar suas análises. Como todo veículo jornalístico, precisa adquirir a credibilidade de seus leitores e, para tanto, busca construir um discurso baseado em fatos, que, supostamente, não são distorcidos por interesses escusos. Apesar de defender posições críticas e se apresentar como uma publicação alternativa à produção convencional de mídia impressa, o *Le monde diplomatique* também é um veículo comercial, assim é difícil

caracterizar sua relação com o consumo. No entanto, sua recalcitração em veicular publicidade (que existe apenas para garantir a autonomia financeira do jornal) pode ser ponderada neste quesito. A recusa da estética fica óbvia uma vez que o *Le monde diplomatique* se baseia fundamentalmente na palavra escrita, que é utilizada em acordo com técnicas jornalísticas que são empregadas de modo a garantir isenção e veracidade aos relatos noticiados e às opiniões articuladas.

Esta distinção das características da mídia tática e da mídia alternativa talvez seja esquemática demais. Como afirmado anteriormente, a mídia tática busca se distanciar do modelo alternativo, e neste intuito, chega a construir uma definição própria de mídia alternativa, uma vez que não há consenso sobre o que, de fato, constituíra uma mídia alternativa. Contudo, os esforços de diversos teóricos e promotores de mídia tática em apontar diferenças entre o modelo tático e os modelos de contestação por meio da mídia já sedimentados indicam rupturas que podem ser generalizadas para boa parte das manifestações de ativismo de mídia contemporâneas.

Em consonância com a hipótese desta pesquisa, a caracterização das ações de mídia tática adverte o surgimento de atividades críticas que apresentam uma reflexividade em relação às funções sociais dos meios de comunicação. Este traço é articulado por meio da valorização do experimentalismo e das atividades amadoras, ancoradas numa esperança de se potencializar as possibilidades produtivas do consumo. Ao mesmo tempo, as teorizações sobre mídia tática esboçam um deslocamento das crenças e práticas políticas, trabalhadas em ações localizadas e atentas à produção subjetiva, com enfoque na afetividade e no uso do humor. Nota-se, nesta transição, uma incerteza quanto às posições ideológicas rígidas e a produção de dissenso ganha primazia em relação a uma possível tomada de poder. Por fim, a concepção de mídia tática revela uma tentativa de utilização da estética para fins resistentes, que culminam em um projeto de refuncionalização da arte.

3.2 *Culture Jamming* e a guerrilha comunicacional

Vários autores (Garcia e Lovink, 1999; Lovink e Schneider, 2003; Meikle, 2002; 203; Richardson, 2003) consideram as ações de sabotagem midiática e guerrilha semiótica, também chamadas de *culture jamming*, como um subconjunto de práticas de mídia tática. No entanto, além de a noção de *culture jamming* preceder a concepção de mídia tática, as discussões desencadeadas por este conceito trazem questões particulares, que deslocam as

preocupações do ativismo de mídia contemporâneo da apropriação tecnológica e as situam na reapropriação dos significados produzidos pela cultura da mídia. Neste sentido, é interessante problematizar esta noção, que também foi interpretada, construída e questionada de diversas maneiras, a partir de diferentes perspectivas, desde sua disseminação a partir dos anos 1990 (Fernandez-Delgado, 2006).

Pode-se traduzir *culture jamming* por obstrução, interferência, congestionamento ou mistura cultural. O termo foi cunhado pelos integrantes do grupo musical americano especializado em colagens sonoras Negativland, em 1984, para nomear alterações de *outdoors* publicitários e outras formas de sabotagem midiática (Dery, 1993; Fernandez-Delgado, 2006; Klein, 2002). Em seu trabalho *Mídia Radical*, John Downing (2002) foi um dos primeiros autores a focar um olhar acadêmico sobre as práticas de *culture jamming*. O pesquisador americano documenta os germes iniciais destas atividades, ainda nos anos 1980, e se atém quase que exclusivamente a ações de grupos texanos que interferiam em programas de rádio religiosos locais. Os ativistas ligavam para tais programas e se faziam passar por simples ouvintes, porém, quando entravam no ar, faziam de tudo para ironizar os verdadeiros ouvintes do programa e seus apresentadores, em ações que podiam ser tomadas tanto como puro deboche ou como uma tentativa de deslegitimar o papel de tais produtos midiáticos e das doutrinas ali reproduzidas.

Para Downing (ibid.), tais ações configuram-se como uma fusão direta entre atividade política, de mídia e artística, e têm raízes no teatro popular e de rua, na arte performática e nas experimentações do grupo político-artístico francês Internacional Situacionista, que buscou criar, durante as primeiras décadas do pós-guerra, tipos de questionamento social e político por meio da técnica que chamaram de *détournement* – ou seja, a combinação de diferentes elementos de linguagem como maneira de produzir um distanciamento e uma problematização da cultura que produz estes mesmos elementos (Debord e Wolman, 1956).

Já na década de 1990, Mark Dery (1993), professor da Universidade de Nova Iorque, busca uma conceituação mais aprofundada das práticas de *culture jamming*. O pesquisador americano vê a emergência das ações de intervenção cultural como uma resposta à crescente abundância de informação e à espetacularização da sociedade contemporânea. Segundo o autor, as atividades de sabotagem midiática “são direcionadas contra uma cada vez mais intrusiva tecnocultura instrumental, cujo modo operante é a produção de consenso por meio da manipulação de símbolos” (id.ibid.). Deste modo, o termo *culture jamming* é aplicado a

“qualquer forma de interferência em que as histórias contadas para o consumo em massa são perversamente retrabalhadas”. Pois seus praticantes:

Introduzem ruído no sinal enquanto ele passa do emissor para o receptor, encorajando interpretações idiossincráticas e não intencionais. Invadindo os invasores, eles adicionam a anúncios publicitários, a noticiários e a outros veículos midiáticos significados subversivos; simultaneamente, eles os decifram, deixando sua sedução impotente (...) eles recusam o papel de consumidores passivos, renovando o discurso público (id.ibid).

As práticas de *culture jamming*, para Dery (ibid.), encontram-se num contínuo histórico que inclui as publicações clandestinas russas conhecidas como *Samizdat*, as fotomontagens do surrealista alemão John Heartfield, o *detournement* situacionista, o jornalismo *underground* norte-americano da década de 1960, o teatro de rua do grupo estadunidense Living Theater, a técnica do *Cut-up* desenvolvida pelo escritor William Burroughs, além de uma diversidade de práticas de bricolagem subculturais como as produções de *fan-fiction*, que Jenkins (1992) descreve como uma *caçada furtiva textual* (“textual poaching”).

Dery (1993) descreve as interferências culturais como uma categoria elástica, que acomoda uma diversidade de práticas que vão desde a apropriação dos textos de mídia pelos fãs, passando pela interrupção e sabotagem de transmissão de estações de rádio comerciais, a formação de rádios e TVs livres, as práticas “faça você mesmo” da cultura do vídeo, que surgem com a disponibilização das câmeras de vídeo, além de ativismos de mídia mais “convencionais”, como o monitoramento de mídia da FAIR, a produção independente da Paper Tiger Television etc. O autor sugere quatro formas mais típicas de se fazer *culture jamming*: 1) subverter anúncios publicitários; 2) criar notícias falsas; 3) alterar *outdoors*; 4) o áudio *agitprop*, que envolve o uso de trechos sonoros para a confecção de colagens com o objetivo de desconstruir significados da cultura da mídia.

Especificamente, a noção de *culture jamming* oferecida por Dery (ibid.) chama atenção para o potencial crítico da recombinação, da bricolagem, da paródia, do estabelecimento de um jogo com a cultura hegemônica. Na visão do Critical Art Ensemble (2001a), estas idéias já estavam inscritas no elogio ao plágio feito pela vanguarda histórica européia e podem ser retomadas como artifícios de mídia ativista:

Readymades, colagens, found art ou found text, intertextos, combines, *detournement* e apropriação – todos representam incursões no plágio. (...) todos pressupõem que nenhuma estrutura dentro de um determinado texto dê

um significado universal e necessário.” (...) Um dos principais objetivos do plagiador é restaurar o fluxo dinâmico e instável de significado, apropriando-se de fragmentos da cultura e os recombina. Dessa forma, podem ser produzidos significados que não estavam anteriormente associados a um objeto ou a um determinado conjunto de objetos. (...) Aqui temos a epistemologia da anarquia, de acordo com a qual o plagiador sustenta que se a ciência, a religião ou qualquer outra instituição social impossibilita a certeza além do domínio do privado, então é melhor dotar a consciência de tantas categorias de interpretação quanto possível (id.ibid.: 85-88).

No entanto, em uma entrevista para Dery (s/d), o coletivo americano afirma que as modalidades de interferência cultural que fomentam a desinformação e a confusão são pedagógicas, e não políticas. Elas preparam a consciência dos indivíduos para novas possibilidades e, nos melhores casos, levam-nos à ação política. Enquanto o Critical Art Ensemble sugere que as ações de *culture jamming* não são capazes de, por si só, redistribuírem temporária ou permanentemente as relações de poder, Dery (2003) acredita que, em uma sociedade saturada de signos, estas manifestações tornem efetivas as propostas de Umberto Eco desenvolvidas no artigo *A Guerrilha Semiológica*, publicado em 1967.

Influenciado em parte pelas declarações de Marshall McLuhan, para quem a terceira guerra mundial seria travada no âmbito da comunicação, Eco reforça a noção de que o poder está intrinsecamente ligado ao domínio dos meios de comunicação. Porém, para o autor italiano, “mesmo se os meios de comunicação, enquanto meios de produção, mudassem de dono, a situação de sujeição não mudaria. No máximo, é lícito suspeitar que os meios de comunicação seriam meios alienantes ainda que pertencessem à comunidade” (op. cit.: 166).

Isto porque, inicialmente ao menos, Eco parte da premissa de McLuhan de que o conteúdo de um processo comunicativo é determinado pela tecnologia pela qual ele é transmitido. Assim, a crença de que seja possível a conscientização política do público ao se revelar “a cota de verdade de um anúncio publicitário, a exatidão da notícia numa coluna de jornal” (id. ibid.: 167) é ingênua na visão do escritor, pois não seria a mensagem que guiaria o ato comunicativo. Contudo, Eco não acredita verdadeiramente que o fator determinante de uma mensagem seja a tecnologia pela qual ela é transmitida.

Antecipando as idéias sobre as audiências ativas e em congruência com posições assumidas em trabalhos anteriores (Eco, 1986 [1962]; 1987 [1964]), o autor argumenta que os produtos midiáticos oferecem possibilidades de leituras diferenciadas. A comunicação de massa produz mensagens intrinsecamente ambíguas e multireferenciais, dando margem para uma variedade de interpretações que são determinadas pelo código utilizado pelo receptor para receber a mensagem.

De acordo com Eco, porém, essa pluralidade de interpretações têm se dado de maneira casual, ninguém as controla. Assim, ele sugere que táticas de guerrilha, e não estratégias – numa antecipação também da dicotomia desenvolvida por Certeau (1994 [1980]) – sejam utilizadas para reparar as assimetrias de poder no universo midiático. A solução estratégica se traduziria em ações que buscam controlar os canais de emissão das mensagens, todavia, “a batalha pela sobrevivência do homem na Era da Comunicação não é vencida lá onde a comunicação parte, mas aonde ela chega” (id. *ibid.*:173). O que significa que esta diversidade de interpretações causada pelos códigos deveria ser aproveitada como uma “ação para impelir o público a controlar a mensagem e suas múltiplas possibilidades de interpretação.” (id. *ibid.*:174).

As práticas da “guerrilha semiológica” ainda estariam por serem estudadas, mas poderiam se concretizar a partir de idéias como a de que “aos estudiosos e aos educadores de amanhã deva ser pedido que abandonem os estúdios de televisão e as redações dos jornais para combater uma guerrilha de porta em porta como provos da Recepção Crítica”⁶⁵ (id. *ibid.*), que as mídias fossem capazes de comunicar juízos sobre outras mídias, ou ainda, que as manifestações não industriais de comunicação da contracultura tomassem a função de promover uma contínua correção de perspectiva do ambiente midiático comercial. Eco imagina uma situação em que “o universo da comunicação tecnológica seria atravessado então por grupos de guerrilheiros da comunicação que reintroduziriam uma dimensão crítica na recepção passiva.” (id. *ibid.*:175).

A imagem dos guerrilheiros semiológicos aludida por Eco (*ibid.*) tem sido repetidamente utilizada para caracterizar os ativistas de mídia recentes, que adulteram *outdoors* publicitários, buscam infiltrar notícias falsas nos jornais e praticam outras formas de sabotagem midiática, em sua grade maioria ilegais, como formas de desobediência civil. Entretanto, o ativismo de mídia contemporâneo não opera somente por meio do controle dos códigos utilizados na recepção, ou por meio de uma leitura crítica dos produtos midiáticos. Ainda outras táticas de guerrilha pertencem ao arsenal do ativismo de mídia contemporâneo. Além disso, o termo “guerrilha semiótica” tem sido utilizado de forma indiscriminada para qualquer manifestação que opera na produção e difusão de signos que, pelos mais diversos motivos, são considerados resistentes.

A contribuição de Eco (*ibid.*) na caracterização do ativismo de mídia atual não é, no entanto, somente a identificação da possibilidade de manipulação dos códigos que regem a

⁶⁵ O próprio autor classifica suas proposições como extremamente utópicas.

produção e interpretação dos produtos midiáticos comerciais. É interessante, também, ressaltar suas ressalvas quanto à capacidade contestatória das estratégias baseadas em assumir o papel do emissor no processo de comunicação. Sua descrença na conscientização política ancorada no teor das mensagens e seu apelo de que é preciso ir além da produção de conteúdo subversivo, baseada em argumentos racionais, para realizar completamente o potencial crítico nos usos políticos dos meios de comunicação foi retomada por diversos grupos, na década de 1990, que buscavam efetivar a noção de guerrilha comunicacional.

Assim, o coletivo alemão Autonomie a.f.r.i.k.a. gruppe contextualizava da seguinte forma a emergência das diversas práticas de sabotagem midiática:

O ponto de partida para nossas reflexões sobre a guerrilha comunicacional foi uma constatação trivial a partir das nossas próprias ações políticas: informação e educação política são completamente inúteis se ninguém estiver interessado. Depois de anos distribuindo cartazes e panfletos sobre todos os tipos de desgraças, de organizar encontros informativos e publicar textos, começamos a questionar a crença comum radical da força e da glória da informação (Autonomie a.f.r.i.k.a. gruppe, 2003 [1997]: 86).

Segundo o coletivo, as manifestações de interferência cultural tinham como objetivo responder à exaustão do modelo de ação política de esquerda tradicional. Por isto, desenvolviam uma postura crítica cujo objetivo não era destruir os códigos e os signos do controle e do poder, mas distorcer seus significados por meio da criação de ambigüidades que possibilitavam diferentes leituras em signos e imagens familiares (autonomie a.f.r.i.k.a. gruppe 2002b). Através de trotes, brincadeiras, paródias e disseminação de informações falsas, as ações de interferência cultural buscavam de um modo bem humorado criar maneiras diferentes de se relacionar com os meios de comunicação de massa. Pois, para seus praticantes, “brincar com a Verdade, com a Realidade, com o Justo significa ludibriar quem neles acredita, mas acima de tudo, estourar uma crise dos critérios que cada um acredita serem infalíveis a priori” (Blissett, 2001: 107).

Mais recentemente, Naomi Klein (2002) empregou o termo *culture jamming* especificamente para designar ações ativistas anticorporativas que utilizam paródias publicitárias e alterações de *outdoors* no intuito de fazer avançar interesses políticos específicos. Segundo a autora, nos últimos anos tais práticas viveram um renascimento “focalizado mais em política do que em molecagem” (id. *ibid.*: 311). Isto porque, os manifestantes têm escolhido as corporações multinacionais como inimigo e foco de rebelião.

Nesta perspectiva, o *culture jamming* é definido como um “robbin-hoodismo semiótico” e uma boa interferência não revela um significado oposto, “mas a verdade mais profunda oculta sob as camadas de eufemismos publicitários” (id.ibid.: 308). A ativista e jornalista canadense ainda sustenta que o *culture jamming* não se relaciona com as vagas noções de cultura alternativa combatendo a cultura dominante, mas, sim, com questões específicas: perda do espaço público, censura corporativa, práticas de trabalho antiéticas etc.

No entender de Klein (ibid.), as mais recentes tecnologias de informação e comunicação deram um impulso a mais para as práticas de *culture jamming*, visto que computadores pessoais, *scanners* e programas de editoração como o *photoshop* trouxeram novas possibilidades de intervenção cultural, pois o hiato que separava práticas como o grafite e as técnicas de impressão da publicidade tradicional diminui. Além disso, muitos dos praticantes de *culture jamming* são, na verdade, publicitários e pessoas ligadas à indústria da mídia, que, fora do seu período de trabalho, utilizam suas competências para questionar suas próprias funções.

Um dos mais conhecidos exemplos da segunda onda de manifestações de *culture jamming*, voltada de maneira mais específica para o ataque à publicidade, é a organização não governamental *Adbusters Media Foundation*, baseada em Vancouver, cujo carro-chefe é a publicação *Adbusters*, uma revista bimensal criada em 1989 e que, hoje, possui circulação de mais de 120 mil exemplares por todo o mundo. De acordo com o *site*⁶⁶ do grupo, a organização é:

Uma rede global de artistas, ativistas, escritores, piadistas, estudantes, educadores e empreendedores que querem fazer avançar o movimento do novo ativismo social na era da informação. Nosso objetivo é ultrapassar as estruturas de poder existentes e criar uma grande mudança na forma como viveremos no século XXI.

Auto-nomeado “quartel-general” dos praticantes de *culture jamming*, o endereço eletrônico da *Adbusters Media Foundation*, além de abrigar matérias veiculadas na revista, também promove outras campanhas do grupo como o “TV turn-off week” – em que é proposto que as pessoas fiquem uma semana sem ver televisão – e o “Buy Nothing Day”, um dia em que os protestantes sugerem que ninguém faça compras. Kalle Lasn (2000), estoniano radicado no Canadá e fundador da *Adbusters*, promove um encontro das teorias de Debord (1997) e McLuhan (1964) para justificar as atividades da fundação. Partindo de uma noção da

⁶⁶ Cf. <http://www.adbusters.org/home/>.

centralidade da mídia e das corporações e da invasão da publicidade no cotidiano, o ativista apela à necessidade de uma ecologia mental diante da superprodução de informação do espetáculo.

De acordo com Lasn (2000), as práticas de *culture jamming* podem “vencer as corporações no seu próprio jogo” ao oferecer “um produto melhor” (2000: 124). O estoniano vai além e afirma que os praticantes de *culture jamming* se conformariam no movimento social mais significativo dos próximos vinte anos. “Nós acreditamos que o *culture jamming* irá se tornar para nossa era o que os direitos civis foram para os anos 1960, o que o feminismo foi para os 1970, o que o ativismo ambiental foi para os anos 1980” (ibid.: xi). Tal lógica e tamanha pretensão foram levadas ao extremo em uma das mais recentes – e também controversas – ações da *Adbusters*. A partir de 2004, a organização começou a produzir – de forma politicamente correta, com condições salariais mais justas e cuidados ecológicos – uma linha de calçados chamada *Blackspot Sneakers*.

A *Adbusters* tornou-se, então, motivo de crítica por outros praticantes de interferências culturais ao tentar transformar as práticas de *culture jamming* em uma filosofia e um programa geral para o ativismo (Soar, 2000). Klein (2002), por exemplo, chama atenção para a capacidade de auto-promoção da *Adbusters*, enquanto Carrie McLarean (s/d), afirma que a fundação estaria promovendo a propaganda da anti-propaganda. Além disso, para uma boa parte de analistas, as paródias da *Adbusters* se tornaram repetitivas:

A revista é capaz de uma sagacidade dilacerante, mas seus ataques à nicotina, ao álcool e às lanchonetes podem ser repetitivos e óbvios. Os *jams* que mudam a Absolut Vodka para “Ressaca Absolut” ou os cigarros Ultra Kool para cigarros “Utter Fool” (tolice completa) são o bastante para afastar possíveis aliados que vêem a revista cruzando a tênue linha entre a desobediência civil da era da informação e a acusação puritana. (Klein, 2002: 321-322)

Mark Dery concorda, ao afirmar que a fascinação por tais temas revela um certo paternalismo, “como se ‘as massas’ não pudessem ser encarregadas de ‘policiar seus próprios desejos’” (apud Klein 2002: 322). Na visão de Meikle (2002), a *Adbusters* se coloca em um paradoxo ao afirmar que o público se comporta de forma passiva, como receptáculos de manipulação ideológica, ao mesmo tempo em que a disseminação de suas práticas por parte do público demonstra que as audiências são capazes de negociar significados com a produção da cultura da mídia. No entender de Ravier (2006), no entanto, os praticantes de interferências culturais não seriam simplesmente parte da audiência, mas se localizariam na categoria de

mediadores proposta por Martín-Barbero (2004). A pesquisadora acredita que os *jammers* são expoentes de uma dupla e concomitante atividade de consumo e produção de imagens. Todavia, são também:

Mediadores que oferecem aos consumidores a possibilidade de uma abordagem mais enigmática das imagens que os cercam. São ativistas intelectuais que querem vender idéias reais, afirmando que a identidade através das roupas e logotipos é uma farsa e boicotando a organização dos sujeitos em tribos de marcas (Ravier, 2006: 6).

Contudo, se para alguns de seus praticantes, as interferências culturais são um fim em si mesmo, para muitos outros é apenas mais uma ferramenta de contestação. Do mesmo modo, a organização *Adbusters* não resume em suas atividades um sentido único das práticas de *culture jamming* (Klein, 2002).

Logo, duas maneiras de enxergar as práticas de *Culture Jamming* podem ser identificadas: uma é a estratégia interna que orienta suas práticas a partir de técnicas publicitárias, comunicando ‘alternativamente’ uma grande gama de questões como abuso de álcool, nicotina e temas políticos, e que reforça a coesão social de um grupo resistente; a outra é a estratégia que opera no espaço público, que intervêm no campo de forças das representações simbólicas, e questiona, com toda mensagem política que é comunicada, o quanto o uso privatizado da esfera pública pelo poder econômico é aceito sem questionamentos – ou seja, onde a própria comunicação é questionada (Behnke, 2003).

É importante, todavia, ressaltar que tal distinção nunca é encontrada em sua forma “pura”. Além de ser uma tentativa de criar dissonâncias cognitivas que alertariam sobre o poder de construção de sentido e normalizações sociais por parte da produção cultural dominante, as práticas de interferência cultural são, também, uma espécie de “ativismo midiático auto-reflexivo – *jammers* usam a mídia para chamar a atenção para assuntos e problemas com aquela mesma mídia”, contudo, o que diferenciaria tais manifestações é sua ênfase na “pedagogia cultural”, a capacidade de “transformar signos familiares em pontos de interrogação” (Meikle, 2002: 132).

Se nos últimos anos a noção de *culture jamming* tem sido ostensivamente associada às críticas às corporações multinacionais e à publicidade, para um grupo de autores (Behnke, 2003; Cox, 2000; Jordan, 2002; Fernandez-Delgado, 2006; Tietchen, 2001), a principal força do *culture jamming* reside na sua vigorosa investida contra todo e qualquer tipo de fechamento textual. Nesta perspectiva, as práticas de *culture jamming* equivalem a uma

espécie de “terrorismo semiótico” que não se restringe ao ataque às investidas publicitárias. Jordan (2002) elenca uma série de temas que também são caros às interferências culturais: a globalização, o neoliberalismo, questões de gênero e sexualidade, propriedade intelectual, campanhas políticas partidárias etc.

Segundo o autor, os praticantes de *culture jamming* “encontrarão transgressão onde quer que símbolos e signos estejam sistematizados em um código cultural para o benefício de um pequeno grupo” (id.ibid.: 111). O ponto de partida das interferências culturais é a existência de códigos culturais dominantes. Logo, elas atuam em todos os códigos culturais, ainda que principalmente na tentativa de desnaturalizar a linguagem corporativa. As práticas de *culture jamming*, assim, não só criticam uma determinada mensagem, mas problematizam também o veículo em que o processo comunicativo se dá, ao fazer uma disjunção entre meio e mensagem, na tentativa de tornar explícita a maneira pela qual uma visão de mundo se naturaliza.

Buscando suas referências nas teorias pós-modernas de Charles Jenks e Linda Hutcheon, assim como nas propostas de Lacan e de William Burroughs, o pesquisador americano Todd Tietchen (2001) reafirma que a principal característica das ações de *culture jamming* é o modo como contestam as práticas de significação dominantes sem eliminá-las, mas criando um jogo com elas. Há uma tentativa de decodificar as mensagens implicadas nos sistemas de significação da sociedade para então expor como estes sistemas funcionam, em uma codificação dupla que simula o discurso hegemônico ao mesmo tempo em que o subverte. O objetivo das interferências culturais, neste ponto de vista, é remodelar e transformar os produtos oferecidos pela cultura da mídia de forma unilateral e devolvê-los com uma espécie de *feedback*, que questiona a autoridade da significação ou a existência de um significado determinado.

Cox (2000), por sua vez, sustenta que o espírito da experimentação e do jogo está no núcleo da estética *culture jamming* e observa um crescente movimento jovem e criativo que se identifica com sistemas abertos de todos os tipos, inserido no movimento “faça você mesmo”. De acordo com o autor, as práticas de interferência cultural “rejeitam a noção de cidadão como mero consumidor, assim como a idéia de sociedade como um mero lugar de negócios” (id.ibid.). Os métodos empregados pelos praticantes de *culture jamming* são formas de “auto-empoderamento”, utilizando todas as espécies de auto-publicação. Dery (1993) respalda esta percepção e ressalta que:

Jammers insistem na escolha: não a estonteante proliferação de opções para o consumo, na qual a polifonia das marcas esconde a monofonia da canção publicitária, mas uma verdadeira pluralidade, na qual o mundo unívoco promovido pela mídia corporativa dá lugar a um mundo multivocal e polivalente (id.ibid.).

No entanto, a afirmação de que as interferências culturais são uma forma de emancipação baseada num consumo diferenciado dos produtos midiáticos é posta em dúvida por autores mais próximos à sociologia do consumo. Para Holt (2003), a crença de uma resistência criativa no consumo, fundamentada na hipótese de que as formas diversificadas e produtivas de apropriação por parte dos consumidores irão libertar as pessoas do domínio do mercado, não é sustentável. Amparado em estudos de caso, o autor demonstra que as práticas de consumo criativas, não-ortodoxas, *bricoladoras* e singulares não ameaçam o mercado. Muito pelo contrário, são as mais produtivas para o sistema: “elas servem de grãos para o moinho de *branding* que está eternamente na busca de novos materiais culturais” (id.ibid.: 65). Isto aconteceria porque a cultura do consumo contemporânea determina o consumidor como um indivíduo livre e procura administrar a perda de controle sobre seus produtos abraçando práticas micro-emancipatórias como estratégia para re-oxigenar suas produções comerciais.

Da mesma maneira, Carducci (2006) sugere a possibilidade de que as tentativas das iniciativas de *culture jamming* de contestar a sociedade do consumo se transformem, de modo irônico, em uma oferta de novas fontes de distinção, abastecendo, assim, o desejo consumista. Contudo, o pesquisador não retira por completo o potencial político das interferências culturais. Existe, ainda, a possibilidade de entender as ações de *culture jamming* como uma espécie de “marketing social”, em que questões caras à justiça social seriam divulgadas. Além disso, nestas atividades, também está em jogo uma luta sobre os significados e as formas de representação. Carducci (ibid.) sublinha, inicialmente, a capacidade de denúncia e a habilidade das atividades de *culture jamming* de tornarem visíveis as artimanhas persuasivas da publicidade. Mais adiante, alinha-se a Holt (2003) e não acredita que as interferências culturais possam ser entendidas como um processo de autonomização dos consumidores.

Amparados por argumentos semelhantes, os pesquisadores canadenses Joseph Heath e Andrew Potter (2003) demonstram uma preocupação essencialmente política. Eles sugerem que as políticas de esquerda baseadas na transformação cultural, entre as quais elencam as atividades de *culture jamming* como sua mais recente faceta, são contra-produtivas, pois não são capazes de influenciar as estruturas de poder existentes. Heath e Potter (ibid.) alegam que

as ações de interferência cultural partem do princípio – que tem origem nos trabalhos da Escola de Frankfurt – de que o mercado trabalha na tentativa de homogeneizar os consumidores, quando é justamente o contrário que ocorre. Deste modo, as interferências culturais, ao invés de criarem alternativas concretas à sociedade do consumo, oferecem ainda mais segmentos consumistas. A partir da informação de que a *Adbusters* passaria a produzir calçados, Heath e Potter ponderam:

A *Adbusters* não se vendeu, porque não havia nada para vender. A *Adbusters* nunca teve uma doutrina revolucionária. O que eles fizeram foi simplesmente uma versão requentada do pensamento cultural que tem dominado a esquerda desde os anos 60. E este tipo de política contracultural tem sido uma das forças primárias dirigindo o capitalismo consumista nos últimos quarenta anos (id.ibid.: 3-4).

Outra dimensão de crítica à noção de *culture jamming* como um questionamento ou um artifício de emancipação à cultura do consumo é feita por Henry Jenkins (2006). Quase dez anos após Dery (1993) classificar entre as práticas de interferência cultural o *textual poaching* das ficções produzidas pelos fãs dos produtos da cultura da mídia, Jenkins, um dos principais promotores da *cultura participativa* baseada no consumo produtivo de textos culturais, acusa Dery de exagerar as fronteiras das atividades de *culture jamming*. Como argumento para sua crítica, Jenkins (2006) busca diferenciar o *jammer* do *poacher* – isto é, o ativista de mídia que emprega táticas de sabotagem midiática do fã que, por meio do consumo de seus produtos de mídia favoritos, produz, através de recombinações, paródias e adaptações, textos culturais alternativos.

Na interpretação de Jenkins (ibid.), os praticantes de interferências culturais querem fugir ao consumo midiático e promover uma concepção negativa e reativa da cultura da mídia, enquanto os fãs enxergam potenciais irrealizados nesta cultura e querem aumentar a participação da audiência. A postura do fã, portanto, é dialógica ao invés de disruptiva, afetiva ao invés de ideológica, e colaborativa ao invés de confrontacional. Os *Jammers* querem obstruir a mídia dominante enquanto os *poachers* querem se apropriar do seu conteúdo, imaginando uma cultura da mídia mais democrática, responsável e diversa. Os praticantes de *culture jamming* pretendem destruir o poder da mídia, já os *poachers* ambicionam uma parte dele. Por esta perspectiva, Jenkins (ibid.) vê a produção de mídia “faça você mesmo”, exemplificada pelo autor com os *blogs*, como uma solução mais interessante para a emancipação dos consumidores do que as ações de *culture jamming*.

Por fim, uma última, mas onipresente, crítica às práticas de interferência cultural gira em torno da capacidade de as técnicas de *culture jamming* serem cooptadas pelo mercado, em especial pela indústria da publicidade. Campanhas publicitárias já utilizam as estratégias dos ativistas de mídia como ferramenta para vender seus produtos. Os *slogans* de empresas como a *Nike* e a *Sprite* – “não sou um mercado alvo, sou um atleta”, ou “imagem não é nada” – por exemplo, poderiam ter vindo diretamente de alguma intervenção cultural. Klein (2002) dá atenção especial para as propagandas da marca de roupas *Diesel*, que incorporou imagens de ataques ativistas às corporações nos anúncios de seus produtos. Jordan (2002) acredita que o fantasma da recuperação das interferências culturais pela publicidade põe em funcionamento uma dinâmica sem fim de um jogo de signos, e demonstra que, após a uma tentativa da *Nike* de se utilizar das técnicas de *culture jamming*, ativistas de mídia alteraram novamente os anúncios.

Jordan (ibid.) admite, entretanto, que as práticas de *culture jamming* sempre serão ambíguas: “ficará sempre aberta a questão se suas tentativa de trabalhar com as ferramentas do inimigo comprometem fundamentalmente suas táticas políticas” (id. ibid.: 117). Já Tietchen (2001) não acredita que a cooptação das ações de *culture jamming* seja um verdadeiro perigo, visto que estas atividades não se importam em legitimar as práticas significantes vigentes, uma vez que elas já estão imbuídas de autoridade. Neste ponto de vista, o que as interferências culturais fazem é se apropriarem da autoridade da mídia comercial para transformar declarações em discussões, monólogos em diálogos. Mesmo que a posição de Tietchen (2001) seja aceitável, todavia, uma questão subjacente surge: “existe um lado de fora do império dos signos?”, indaga Jordan (2002:116).

Por um determinado viés, as práticas de *culture jamming* podem ser interpretadas como um ataque direto à publicidade corporativa, e neste sentido, sua relevância cresce na mesma medida em que aumenta a invasão publicitária no cotidiano. Porém, entendidas como uma atividade lúdica, que alia a experimentação estética aos questionamentos socioculturais por meio da recusa em aceitar qualquer tipo de fechamento textual, o “império dos signos” se torna bem mais abrangente, e a questão perde relevância. Encarada nesta perspectiva, as práticas de *culture jamming* se transformam num veículo de liberdade de expressão e uma ferramenta de posicionamento crítico da mídia, não só quanto às mensagens que ela veicula, mas também em relação aos meios que utiliza.

Contudo, esta distinção entre as práticas de *culture jamming* que têm como alvo à publicidade e àquelas que atuam na gramática cultural de qualquer sistema de códigos

naturalizados que privilegiam uma minoria deve ser relativizada. É melhor entender a fixação de algumas ações de interferência cultural em atacar as corporações como uma especialização destas técnicas e não como sua politização. Do mesmo modo que a mídia tática, as ações de *culture jamming* são apenas uma ferramenta de questionamento e não “o maior movimento social do século XXI”, como quer Lasn. Seu maior poder talvez resida na incitação ao dissenso.

Um tema que irá atravessar as mais diversas práticas de ativismo de mídia é a idéia de reapropriação. A mídia tática se focaliza na reapropriação dos meios de comunicação como objetos técnicos. A disponibilização para o consumo de bens eletrônicos e o surgimento de novas modalidades de interação midiática através das tecnologias digitais abriram possibilidades para que os usuários experimentassem novos usos para as mídias. Ao se valer destas transformações, os ativistas de mídia, entretanto, não ambicionam ditar novos paradigmas dominantes para a produção midiática, mas o estabelecer um jogo que tem por finalidade emancipar o máximo possível os usuários de mídia das convenções impostas pelos meios comerciais ou pelas restrições técnicas.

Igualmente, as ações de *culture jamming* também funcionam a partir das lógicas da reapropriação e do jogo. Contudo, aqui são os bens simbólicos e as representações sociais veiculadas pela mídia comercial que são reapropriadas. Novamente, a idéia central não é imprimir uma nova leitura dominante aos textos culturais. Ao contrário do que Klein (2002) argumenta, são as *jams* que pretendem demonstrar uma “verdade oculta” na mídia que ultrapassam a linha que separa, nas palavras da jornalista “a tênue linha entre a desobediência civil da era da informação e a acusação puritana”. Se as ações de *culture jamming* procuram emancipar os usuários da mídia, é justamente da condição de “verdade” que as informações e as representações transmitidas pelos meios comerciais adquirem.

Outro fato a se salientar é o suporte em que estas ações são produzidas. O grupo americano Billboard Liberation Front, responsável por intervenções em *outdoors* nos EUA desde a década de 1970, promete não descansar enquanto cada cidadão não possuir um *outdoor* pessoal, de onde vai poder se expressar da maneira que bem entender. A afirmação hiperbólica esconde, porém, uma característica comum nas ações de *culture jamming* – e que é ainda mais visível nas manifestações brasileiras que se assemelham às interferências culturais no exterior. Esta é o questionamento da privatização ou do abandono do espaço público. Aqui, também, entra em ação a lógica da reapropriação. Manifestações de

intervenção urbana incitam os transeuntes a olhar a cidade com um novo olhar, em que a objetividade e a racionalização do cotidiano são problematizadas.

Seriam, portanto, as ações de *culture jamming* manifestações pedagógicas, como quer o Critical Art Ensemble, ou políticas, como interpreta Dery? A questão pode ser estendida à boa parte das iniciativas de ativismo de mídia. A resposta, contudo, recai no entendimento do que é político. Há de se ressaltar, contudo, que as práticas de *culture jamming* e guerrilha semiótica surgem justamente da frustração com os modelos tradicionais de crítica. Isto não significa que as interferências culturais se lançam como artifícios que buscam substituir as modalidades já sedimentadas de protesto. Apontam, no entanto, o surgimento de experiências, que atentas ao papel central que os meios de comunicação ocupam hoje na sociedade, buscam problematizá-los a fim de desafiar as relações de poder vigentes.

3.3 Gambiarras, coletivos e software livre: matrizes teóricas nacionais

Como forma de lançar uma provocação a então recém iniciada versão em português da lista de discussões *Nettime*⁶⁷, Ricardo Rosas, ativista, crítico de mídia e editor da revista eletrônica *Rizoma*⁶⁸, lançou a pergunta: “Existe uma teoria tática brasileira?”. Haverá uma teoria ou conceitos mais bem trabalhados sobre as práticas de mídia tática e ativismo de mídia que dêem conta das especificidades e contribuições das atividades nacionais às concepções estrangeiras? Rosas questiona: “teremos nossas próprias táticas? Nossas ações diretas? Se sim, quais são? Há também acaso originalidade nesse pensamento, algo como uma brasilidade própria?” (Rosas, 2006b)

O que se segue é uma tentativa de encontrar alguns traços que podem levar à identificação das idéias que Ricardo Rosas procura. De fato, ainda não existe uma bibliografia facilmente localizável sobre as práticas de mídia ativistas nacionais. A maioria das discussões teóricas e conceituais por parte de seus próprios praticantes se dá na internet, de modo fragmentado, através de listas de discussão, *blogs*, *chats* e *sites* específicos. Os espaços físicos mantidos pelos ativistas e produtores culturais, assim como encontros, festivais e eventos de diversos tipos também carregam uma boa dose reflexiva em suas reuniões presenciais, que, no entanto, ainda não foi registrada mais adequadamente.

Há que se levar em conta, ainda, certa recusa, ou, ao menos, um desconforto por parte de artistas e ativistas nacionais em articular de maneira mais elaborada os conceitos sobre

⁶⁷ Cf. <http://www.nettime.org/cgi-bin/mailman/listinfo/nettime-lat>.

⁶⁸ Cf. <http://www.rizoma.net/hp04.htm>.

suas práticas. Por um lado, a falta de tempo e recursos impede muitas vezes uma reflexão mais distanciada sobre as iniciativas. Como sustenta, em entrevista, Tatiana Wells, do *site* mediatatica.info, “a pesquisa sobre ações passadas e futuras é um passo que nunca tivemos o luxo de dar”. Por outro lado, ainda é possível enxergar um temor de que a discussão teórica possa sobrepujar, tomar um tempo precioso, ou pior, bloquear e criar entraves conceituais para a ação. Durante as entrevistas para esta pesquisa, assim como durante a observação destes “lugares” de diálogo entre os ativistas, pude notar que a teoria está exclusivamente imbricada na prática.

Além disso, as discussões dos ativistas acerca de suas atividades não buscam objetividade ou a construção de uma identidade coletiva que gire em torno de definições rigorosas, fechadas e pré-definidas. Pelo contrário, valoriza-se a diversidade de perspectivas, ideologias e formas de apreensão da própria prática. Não se pretende a construção de uma idéia, uma noção ou um conceito que sirva de norte para as ações, mas, sim, é fomentada a multiplicação de interpretações, construídas “de baixo para cima”, de maneira emergente e colaborativa, na tentativa de experimentar também diferentes modos de produção do conhecimento, que possibilitem a mutação das próprias atividades (Fonseca, 2007).

Assim, não se trata aqui de “organizar a desorganização” de visões distintas, mas identificar alguns pontos de partida para a apreensão das ações do ativismo de mídia nacional. Levo em consideração sua relação com noções e práticas estrangeiras e a tentativa por parte dos ativistas de adaptá-las ao contexto brasileiro. Pretendo, ainda, articulá-las às poucas interpretações acadêmicas já existentes (Araújo, 2007; Brunet, 2005; Cabral, 2007; Caetano, 2006; Dimantas, 2006). Neste sentido, dois principais caminhos são sugeridos: a apreensão destas atividades como a explosão do fenômeno do coletivismo artístico e midiático e a influência do *software* livre e da ética *hacker* na construção de uma *cultura livre*, em que a tecnologia possui um ambíguo protagonismo.

Em março de 2003, uma matéria no caderno Ilustrada, da Folha de São Paulo, anunciava a “explosão do a(r)tivismo”. De acordo com a jornalista Juliana Monachesi (2003), crescia o número de coletivos em diversas partes do país que reuniam influências dos situacionistas franceses e um *revival* da arte contestadora brasileira das décadas de 1960 e 1970. Com trabalhos de perfis políticos e anti-institucionais, possuíam o intuito de se posicionar com a intenção de “atacar a máquina da globalização neoliberal, contra o desmanche das instituições culturais e contra o canibalismo da produção artística pelo sistema

comercial” (id.ibid.). A “explosão” do coletivismo artístico de cunho político brasileiro foi razoavelmente documentado pela “grande” mídia (Assis, 2005; Matias, 2003; Silva, 2006).

No entanto, o fenômeno dos coletivos de arte brasileiros já existia há algum tempo, surgindo, desfazendo-se e se replicando de forma intermitente desde a década de 1970. Para Rosas (s/d), a “onda” dos coletivos criada pela mídia reflete, na verdade, indícios de cooptação destas manifestações pelo mercado, em que a arte coletiva de teor ativista é transformada em uma moda, e o “a(r)tivismo” oferecido como um produto cultural de rebeldia inofensiva para leitores ávidos por “novas tendências”. Em outro texto, Rosas (2004a) sugere que o coletivismo artístico recente no país é uma “fenômeno de proporções bem maiores e razões mais profundas que a vã filosofia dos cadernos culturais poderia imaginar”.

Isto porque, se a junção entre arte e política tem uma longa tradição no exterior, no Brasil a politização dos coletivos de arte retoma a intersecção entre os campos político e artístico abandonada após a década de 1970 e a amplifica com a utilização da internet. A partir desta premissa, Rosas observa que:

O atual beco sem saída do neoliberalismo parece haver despertado a consciência de vários grupos no Brasil, que passaram a criar fora das instituições estabelecidas com performances, intervenções urbanas, festas, tortadas, filmagens in loco de protestos e manifestações, ocupações, trabalhos com movimentos sociais, culture jamming e ativismo de mídia (id.ibid).

Para o autor, as ações dos coletivos de arte de teor ativista no país sugerem a tentativa de uma ressignificação da arte, que não se traduz em uma nulificação do estético, mas coloca o artista como um pensador, o criador de estratégias de ação, o arquiteto de atos que vão reverberar no contexto social em que se aplicam. Suas atividades se mantêm como ações pontuais e despretensiosas, mas quando evitam a obviedade e o panfletarismo, têm a capacidade de inspirar mais táticas conceituais que desmantelem o arcabouço mental dominante. Rosas (ibid.) acredita, porém, que a afirmação de que toda arte é inerentemente política contém um alto grau de cinismo. Assim, parte para a identificação de como a política é combinada à arte nos coletivos brasileiros contemporâneos. Com este objetivo, oferece duas categorias de práticas: a ação em comunidades e o conflito.

O primeiro tipo de manifestação se dá pela inserção dos coletivos de arte em comunidades desfavorecidas e em torno de movimentos sociais. Exemplificada com a atuação de diversos coletivos que trabalharam junto a ocupação do movimento sem-teto em um

edifício da Avenida Prestes Maia, na capital do estado de São Paulo e na Favela do Moinho, na mesma cidade, Rosas (ibid.) identifica, inicialmente, o risco de tais atividades se passarem por ações paternalistas ou “trabalho de ONG”; observa, logo em seguida, uma falta de estratégias e de soluções criativas que amplifiquem os objetivos políticos – sejam eles de dar visibilidade a estes espaços de exclusão ou quaisquer outros – dos coletivos que se aproximam das comunidades e dos movimentos sociais.

O aspecto do conflito, ilustrado por ações de intervenção urbana visual e performativa de coletivos como o Esqueleto⁶⁹ e o Bijari⁷⁰, ambos de São Paulo, adquire conotação política quando estes grupos inserem e provocam dissonâncias na ordem simbólica vigente, mesmo que não se posicionem em um confronto direto com a produção cultural comercial. A arte aqui se politiza e demonstra seus indícios de contestação ao oferecer uma produção semiótica criativa e imaterial, mas sem valor de troca.

Após esboçar uma narrativa histórica sobre o fenômeno dos coletivos na arte brasileira, que desemboca na politização dos grupos contemporâneos e seu vínculo com práticas ativistas, Rosas (2005) sugere que a mesclagem dos coletivos de arte com práticas ativistas não é uma regra geral: alguns grupos se mantêm, somente, dentro do campo artístico. O que parece uma obviedade se torna uma observação importante, pois o posicionamento político dos coletivos que se aproximam da prática ativista nem sempre é clara e perceptível, e muitas vezes se perde no meio da ação.

A falta de clareza política nas manifestações de coletivos de arte e ativismo de mídia remonta, ao menos em parte, à sua variedade de ações, ao seu hibridismo temático e a diversidades de planos de atuação. Utilizando a noção de transversalidade, de Guattari (2005[1989]), Rosas (2005) sugere que o hibridismo temático dos coletivos de arte e ativismo nacionais poderia ser benéfico, se capaz de canalizar os esforços dos grupos para a multiplicação da diferença e a produção de singularidades. Contudo, o crítico de mídia põe em dúvida se a multiplicidade de temas abordados nas práticas culturais dos coletivos remete de modo real à transversalidade que Guattari aspira para as lutas políticas localizadas ou, se

⁶⁹ O coletivo paulista Esqueleto foi formado em 2003. As atuações do grupo envolvem desde a disseminação de lambe-lambes e alterações em *outdoors* com mensagens anticonsumistas e questionamentos sobre a publicidade invasiva – em alguns deles, lia-se uma sátira ao *slogan* da cadeia de lanchonetes *fast-food* McDonald’s, “eu odeio muito tudo isso” – até ações performáticas, numa mistura de *flash mob* e teatro invisível, como a que o grupo conclamou a todos os interessados a comparecerem em frente à bolsa de valores de São Paulo vestidos de executivos, para lá satirizarem o significado desta profissão dentro do sistema econômico vigente. Cf. <http://esqueletocoletivo.zip.net/>.

⁷⁰ Formado por dez arquitetos e artistas paulistas, o Bijari é um coletivo que atua por meio de intervenções urbanas, performances, vídeo arte, design e web design. Cf. <http://www.bijari.com.br/>.

na verdade, este hibridismo demonstra uma indiferença em relação às injustiças sociais no país.

Ao levar em consideração a abordagem lúdica quanto às diversas questões postas em pauta pelos coletivos de arte e ativismo de mídia, o autor enxerga um enorme risco de que as iniciativas artísticas comprometidas socialmente se vejam descaracterizadas ao serem recuperadas por um viés publicitário. Novamente, é a falta de clareza das iniciativas ativista de mídia e de arte que abre a possibilidade de apropriação para a utilização dos ideais dos coletivos no abastecimento das práticas puramente comerciais.

Neste quadro interpretativo, as práticas nacionais são comparadas de maneira desfavorável com as ações de grupos de ativismo de mídia no exterior, que também promovem um diálogo com o campo artístico:

Muito embora o uso do humor, da criatividade, da festa e da alegria sejam elementos bastante favorecidos pelos ativistas contemporâneos, as causas em questão costumam ser postas muito claramente, pelo menos se nos focamos em grupos atuantes em outros países. Agindo transversalmente em ações que misturam mídia e ativismo, arte e tecnologia, ou performance e produção (ou modificação) de artefatos ou dispositivos, a maior parte destes coletivos defendem suas posições com muita clareza (...) na fronteira entre arte e ativismo, tais grupos realizam ações de impacto público que ao mesmo tempo circulam no meio artístico ou são vistas também como arte (Rosas, 2005).

Estas observações, se entendidas para o campo artístico, ecoam a observação de Hal Foster (1996) sobre o perigo de se cair em uma certa ingenuidade ao tomar todo discurso artístico com teor político como realmente crítico às relações de poder, do mesmo modo que se deve ter cuidado para não superestimar algumas atividades que tendem a interpretar a arte como resistente em seus próprios termos. Neste sentido, o crítico de arte fala sobre uma espécie um voluntarismo de uma parte do campo artístico, que, ao se aproximar da política em seus trabalhos, adota críticas semi-prontas, em “voga”. De fato, Rosas (2005) parece buscar artifícios para separar os coletivos de arte verdadeiramente políticos, mesmo que criativos, lúdicos e experimentais, daqueles que simplesmente adotam este posicionamento em sua retórica, mas que não possuem práticas concretas que vão ao encontro deste discurso.

A relação do ativismo de mídia contemporâneo com a arte não se dá sem atritos, e quanto mais a arte é tomada como uma instituição isolada, exterior à vida cotidiana, mais intensa e relevante se torna esta problematização. No entanto, durante as entrevistas para esta pesquisa, para muitos ativistas de mídia, que nem sempre se organizam como coletivos ou dão

tanto valor a esta forma de organização, a arte é tratada como um campo semiótico qualquer, ou então, essa aproximação se dá na busca por soluções criativas para impasses surgidos no cotidiano e nem ao menos passa explicitamente sobre um questionamento do conceito de arte.

Todavia, se é necessário salientar a ambigüidade de alguns coletivos de arte de suposto teor resistente, as práticas de mídia ativistas que buscam muitas vezes na arte alguns de seus ideais e técnicas nem sempre apresentam este conflito, pois são capazes de deixar o terreno da arte por completo, se necessário. Ainda que pretendam transformar as relações de poder apenas temporariamente, e prefiram a experimentação, a criação de alternativas e o uso do humor ao invés da denúncia sisuda e da contra-informação, seu teor político – mesmo que mais maleável e descrente das ideologias tanto de esquerda quanto de direita – é mais facilmente discernível.

Neste sentido, Cabral (2007) acredita que os coletivos são uma das diversas modalidades de participação política adotadas pela juventude brasileira contemporânea. A pesquisadora concorda com o posicionamento de Rosas (2004a) de que o fenômeno da organização em coletivos ultrapassa em complexidade um simples tipo de associação entre os artistas atuais, para se transformar em um novo plano de atuação da resistência jovem, urbana e de classe média. No entender da pesquisadora, “os coletivos queriam dizer respeito mais a um determinado tipo de associação, caracterizada por falta de hierarquias e uma certa efemeridade, do que a um novo fenômeno artístico pós-moderno. Eram a versão brasileira dos ‘grupos autônomos’ do hemisfério Norte” (Cabral, 2007: 99-100).

Entretanto, como a autora salienta mais adiante, o entendimento do que é coletivo pelas diversas associações nem sempre coincidem. Matias (2003) sugere que a definição, mais uma que sofrer de intensa polissemia, assim como o conceito de mídia tática, possui a capacidade de desbloquear o fluxo de práticas, que podem até mesmo serem voltadas mais para o retorno financeiro do que para a participação política:

Sejam grupos de DJs, artistas plásticos ou guerrilheiros de mídia, os coletivos se espalham por diferentes áreas da cultura brasileira, mudando a forma de fazer e consumir arte, política e diversão. O rótulo "coletivo" não tem definição mais específica do que um grupo de colaboradores que se unem para realizar algo em conjunto. E é justamente essa dificuldade de classificá-los que os torna uma opção tão viável para quem quiser se expressar artisticamente: junte os amigos e descubra algo que todos estejam a fim de fazer. Se der certo, dá até mesmo para pagar as contas com um coletivo - o que, quando acontece, é uma consequência, e não uma motivação (id. *ibid.*).

Na busca por contornar a indisciplina dos coletivos em relação às definições, Cabral (2007) sugere duas espécies de coletivos. Em primeiro lugar, os coletivos de arte, voltados para a problematização da cidade como espaço público. Uma segunda categoria abriga os coletivos de mídia, um grupo mais difuso, que possui como característica comum o uso da comunicação como peça-chave para a realização de uma visão crítica em relação à sociedade do espetáculo.

Ainda que seja possível argumentar contra esta distinção, visto que a arte também pode ser considerada como uma forma de comunicação e as intervenções dos coletivos de arte muitas vezes se valem também de meios de comunicação – *outdoors*, lambe-lambes, cartazes, adesivos, etc. – para questionar e tornar visíveis os problemas cotidianos da urbe, esta separação permite, em termos analíticos, que a autora ofereça uma caracterização detalhada destas manifestações.

De acordo com Cabral (2007), os coletivos de arte em muito se assemelham às práticas de *culture jamming* no exterior; contudo, apesar da influência e das afinidades, as manifestações nacionais possuem suas particularidades, que a pesquisadora atribui a tensão global/local produzida pela globalização neoliberal. Enquanto as práticas de *culture jamming* tomam em grande parte às corporações como alvos centrais dos seus protestos, os coletivos de arte brasileiros se voltam para as questões mais específicas das cidades em que atuam. Ao analisar três coletivos de arte (Atrocidades Maravilhosas, Upgrade do Macaco e Os Bigodistas), a autora constata, a partir da efemeridade e de uma “natureza cambiante” das intervenções urbanas, uma ausência de ideologias ou diretrizes políticas mais bem definidas por parte dos coletivos. Em consonância com as ponderações de Rosas (2005) os artistas, em alguns casos, nem mesmo se reconhecem como produtores de uma resistência cultural ou sociopolítica.

Quando há um reconhecimento por parte dos produtores culturais de seu papel crítico, Cabral (2007) observa uma relutância por parte dos artistas e ativistas de mídia em tomar para si o papel de líder de um processo de transformação social. “O seu papel é meramente preservar vivo o pensamento crítico e estimular o sentimento de indignação do público, intervindo e recriando o espaço público” (id.ibid.: 115), argumenta a autora, que então se questiona se a “falta de ambição” e “modéstia” dos artistas significaria uma rendição ao mercado das artes.

Contudo, uma vez que a pesquisadora trabalha com os pares hegemonia/contrahegemonia e dominação/resistência, se as práticas de ativismo de mídia não confrontam de

maneira direta o sistema hegemônico vigente, o único lugar que as resta é a cooptação. Além disso, por serem incapazes de trabalhar em uma grande escala, seus esforços não resultam em uma ameaça efetiva à cultura hegemônica.

Frente a esta perspectiva, porém, Caetano (2006) cogita a hipótese de que as ações de ativismo de mídia possam ser desenvolvidas sem um inimigo em vista – ou seja, não assumam um caráter contra-hegemônico de confronto, mas, ainda sim, sejam oposicionais e não se rendam a lógica vigente. Tomando como objeto de estudo as iniciativas brasileiras como o MetáFora e o MetaReciclagem – que se incluíam na categoria de coletivos de mídia, a partir da distinção feita por Cabral (2007), o pesquisador português sustenta que estas ações:

Representam um novo paradigma tático que leva em conta as especificidades de uma sociedade periférica e de contrastes como a do Brasil, onde a solidariedade e a cooperação, as “gambiaras”, os “mutirões e os puxadinhos”, são mais importantes que o ativismo de protesto, resistência e oposição predominante nas mídias táticas dos países desenvolvidos, na medida em que é a própria sobrevivência num quotidiano marcado pela pobreza e exclusão que está em causa (Caetano, 2006: 20).

Ainda que o contexto de intervenções urbanas abordada por Cabral (2007) seja diferente do de Caetano (2006), pois este está focado nas formas de apropriação tecnológica que uma parte dos ativistas de mídia nacional busca fomentar, a conflitante interpretação entre estes autores sobre a “modéstia” por parte dos ativistas de mídia nacional que preferem a experimentação de alternativas e a criação de espaços de livre expressão ao invés de manifestações confrontacionais para com a cultura hegemônica parece exemplar da transformação dos modos de resistência na sociedade contemporânea.

Caetano (2006), amparado na observação de Jordan (2002) de que o atual ativismo trabalha no par transgressão e solidariedade, sugere a possibilidade de que o ativismo de mídia nacional, a fim de ultrapassar os entraves cotidianos criados pela injustiça social, procura promover a colaboração, seja por meio de uma solidariedade interna – quer dizer, entre os membros de um mesmo coletivo – seja num nível macrossocial. A colaboração é palavra chave para se entender uma segunda forma de apreensão das formas de ativismo de mídia contemporâneo em território nacional, que encontra na ética *hacker* e no modelo de produção de *software* livre as principais fontes para suas idéias.

Rosas (2004a, 2005), Cabral (2007) e Araújo (2007) identificam o uso das mais recentes tecnologias de informação e comunicação como uma característica diferencial nos coletivos de arte e ativismo contemporâneos. Todavia, as práticas de intervenção urbana – as

quais estes autores dão maior atenção – utilizam os novos dispositivos e ferramentas de uma forma secundária: para a divulgação de seus trabalhos, para trocar material com outros grupos, para se articular a redes de coletivos e movimentos sociais ou, ainda, para a própria organização e manutenção dos coletivos. No entanto, outro conjunto de iniciativas de mídia ativistas, que por vezes também se identifica como coletivos, apresenta uma relação com as novas tecnologias mais orgânica, pois estas são o ponto de partida para suas ações.

Para um grupo de autores (Brunet, 2005; Caetano, 2006; Dimantas, 2006; Morais, 2005a; Veloso e Wells, 2006), uma boa parte do ideário dos ativistas de mídia contemporâneos no Brasil tem origem no movimento do *software* livre e na ética *hacker* e sua transposição para a produção cultural. Estes referenciais, por sua vez, remontam ao processo de formação da internet.

Meikle (2002) divide a história da internet, de modo instrumental, em dois períodos. O primeiro momento é marcado pela influência da comunidade acadêmica e dos ideais da contracultura libertária que marcou a cultura ocidental nas décadas de 1960 e 1970 (Castells, 2003; Morais 2005a). Nesta etapa inicial, o espaço virtual era apreendido como um sistema aberto, promotor de interatividade e de participação. Com o seu desenvolvimento, porém, a internet tornou-se majoritariamente um sistema fechado, que simula a interatividade e a participação para abastecer os interesses comerciais que tomaram conta do ambiente virtual. Meikle (2002) sublinha, todavia, que, se uma mudança de paradigma afetou os usos majoritários da internet, o potencial do espaço virtual como um sistema aberto e participativo foi transformado em questão central da luta política do movimento do *software* livre, que busca combater a comercialização e conseqüente “fechamento” da internet.

Figura central nestes dois momentos é o *hacker*, entendido aqui não em sua acepção pejorativa e mais disseminada – como um criminoso – mas no seu sentido originário. Este remete aos indivíduos com grande conhecimento sobre informática e programas de computação que se lançam no desafio de melhorar os dispositivos tecnológicos existentes, não visando remuneração pelo seu trabalho, mas, sim, pelo prazer e a diversão de enfrentar desafios (Caetano, 2006; Levy, 1984; Morais, 2005a; Raymond, 2005). Enquanto produtores de soluções inovadoras, inventivas e não ortodoxas, os *hackers* têm protagonizado, desde a década de 1960, um papel central na própria gênese da internet e na sua manutenção. Ainda em 1984, o jornalista americano Steven Levy constatava que, mais do que responder a uma curiosidade técnica, a prática dos *hackers* havia construído uma ética própria.

A ética *hacker* se baseia, para o autor, nos seguintes princípios (op. cit: 27-33):

- O acesso aos computadores – e tudo aquilo que possa te ensinar alguma coisa sobre como o mundo funciona – deve ser ilimitado e total. Sempre de acordo com o imperativo “mão-na-massa” (*hands-on*).
- Toda informação deve ser livre.
- Desconfie da autoridade – promova descentralização.
- Hackers devem ser julgados pela sua prática hackers, não por critérios errados, como títulos, idade, raça ou posição.
- Você pode criar arte e beleza em um computador.
- Computadores podem mudar sua vida para melhor.

Imbuído da ética *hacker*, Richard Stallman, programador e ativista político americano, desde os anos 1960 defende a noção de *softwares* livres, quando os programas de computação começaram a se tornar proprietários. Nos anos 1980, funda a *Free Software Foundation*, cujo objetivo é defender os direitos dos usuários de computadores de usarem, estudarem, copiarem e modificarem os *softwares*. De acordo com a página da fundação⁷¹, ela promove o uso de *softwares* livres, particularmente voltados para o sistema operacional GNU, cuja variante mais conhecida é o Linux.

A *Free Software Foundation* define o que é um *software* livre com base em quatro tipos de liberdade: 1) a liberdade de usar o programa, para qualquer finalidade; 2) a liberdade para estudar como o programa funciona, e adaptá-lo às suas necessidades; 3) a liberdade de redistribuir cópias, pois assim se pode ajudar o próximo; 4) a liberdade de melhorar o programa e tornar público seus aperfeiçoamentos, de modo a beneficiar toda a comunidade. Os item 2 e 4 informam que o acesso ao código é uma pré-condição para tais liberdades. No sentido de manter o código-fonte dos programas abertos, assim como propiciar as liberdades que fazem de um programa, um *software* livre, a fundação sugere a adoção do *copyleft*, uma forma de registro de autoria que não só possibilita a manutenção do *software* no domínio público, como, supostamente, também evita que ele seja em algum momento transformado em um *software* proprietário⁷².

A definição da *Free Software Foundation* para o que é um *software* livre, portanto, difere-o de um simples programa gratuito, pois não é apenas a sua gratuidade que o faz ser livre. A definição, ainda, não o transforma em um *software* não comercial, já que as cópias podem ser vendidas, desde que respeitem as quatro liberdades. O que está em jogo na defesa

⁷¹ <http://www.fsf.org/>.

⁷² A primeira tentativa de redação de uma licença *copyleft* foi o registro *General Public License*, escrito em 1989, por Stallman, e ainda utilizado no projeto GNU, que consiste em criar e manter um sistema operacional e aplicativos livres, da *Free Software Foundation*. No entanto, existem hoje diversas categorias de licenças *copyleft*, a serem adotadas em diferentes contextos.

do *software* livre é o processo pelo qual o conhecimento é produzido e compartilhado durante o seu desenvolvimento, assim como seus resultados.

Para explicar a distinção entre *software* livre e proprietário, Eric Raymond (2000) faz uma analogia entre uma catedral e um bazar. O modelo de desenvolvimento do *software* proprietário, análogo a uma catedral, sustenta-se por meio de uma lógica fechada e hierarquizada, e aos seus usuários só está disponível o produto final, estes não têm qualquer participação ativa no aprimoramento do programa. Já o modelo bazar, análogo ao desenvolvimento dos *softwares* livres, dá-se de forma colaborativa e não hierarquizada e os usuários participam ativamente da produção do programa, por meio de alterações no código-fonte ou ao reportar defeitos e sugerir soluções ou alterações.

A partir da noção de *copyleft*, foi inventada a *creative commons*, um conjunto de licenças padronizadas para gestão aberta, livre e compartilhada de conteúdos e informação (não só dos códigos de *software*, mas para toda a produção cultural). Lawrence Lessig, co-fundador da *Electronic Frontier Foundation*, membro da *Free Software Foundation* e um dos principais promotores do *creative commons*, defende o conjunto de licenças de forma a proporcionar uma “cultura livre” (Lessig, 2005). O conjunto de licenças permite que músicas, vídeos e imagens sejam compartilhados livremente pelos seus produtores de maneira a favorecer o trabalho colaborativo, sem necessariamente implicar na perda da autoria das obras.

O movimento pelo *software* livre conforma, em si mesmo, um rico e complexo filão do ativismo de mídia contemporâneo. Além disso, o Brasil tem se tornado um terreno fértil para sua disseminação, devido à adoção de políticas públicas que favorecem a utilização de *softwares* livres pelas instituições governamentais e o apoio do Ministro da Cultura Gilberto Gil, “o ministro hacker”⁷³, à adoção de licenças *copyleft* para os direitos de autoria de produções intelectuais (Dibbel, 2004; Foina, Fonseca e Freire, 2006). Todavia, seu ideário de apropriação tecnológica, partilha do conhecimento, “faça você mesmo” e produção colaborativa tomou proporções ainda maiores ao ser transposto para além dos limites dos computadores pessoais e nortear iniciativas culturais e ativistas de mídia que combinam arte, comunicação, cultura e política (Veloso e Wells, 2006).

Se nos países economicamente desenvolvidos essa junção se deu por meio de tecnologias sofisticadas, porém, no Brasil, as iniciativas em busca de uma “cultura livre” são marcadas por um viés *low tech* (Brunet, 2005; Rosas, 2004). Como observam as ativistas e

⁷³ Alcinha que Gilberto Gil desfruta junto à comunidade de usuários de *softwares* livre, devido ao seu apoio à causa. O termo também é empregado para caracterizar o ministro em textos publicados, inclusive, no próprio *site* do Ministério da Cultura, como, por exemplo, no trabalho de Foina, Fonseca e Freire (2006).

produtoras culturais Adriana Veloso e Tatiana Wells (2006), “o diferencial da abordagem brasileira com relação às ferramentas tecnológicas, ou o hardware, é que de fato temos disponível sucata e para nós o lixo tecnológico deve ser reaproveitado”. Essa reapropriação tecnológica dá base para manifestações ativistas que vão desde inclusão digital crítica até modalidades de questionamento das próprias tecnologias comunicacionais, em que se busca fomentar os valores de colaboração, de livre acesso e de recombinação do movimento do *software* livre. Rosas (2006) traduz o uso, por parte dos ativistas de mídia, de sucata e de dispositivos tecnológicos dados como obsoletos através da idéia de gambiarra, que o autor acredita ser o equivalente nacional da concepção de bricolagem do antropólogo Claude Levi-Strauss.

Cotidianamente, a gambiarra é aplicada para definir diversos tipos de improvisação empregados na utilização de espaços, máquinas, fiações e outros objetos destinados originalmente a outras funções. Entretanto, Rosas (ibid.) acredita que a gambiarra tem um forte sentido cultural, e para além da prática popular cotidiana, ela pode ser utilizada para definir experimentações artísticas e tipos de intervenção social. A gambiarra, como uma “tecnologia recombicante”, reúne diversos elementos que, em suas raízes, refletem a precariedade dos meios, a busca por sustentabilidade, a improvisação, a inventividade e o flerte com a ilegalidade, que geram uma imprevisibilidade característica das ações experimentais.

A gambiarra configura-se então como uma prática endêmica, disseminada na cultura popular por meios dos “gatos”, “puxadinhos” e outras espécies de improviso diário na busca pela sobrevivência. Já na esfera artística, multiplicam-se as tentativas de reinterpretar o universo da gambiarra popular. A gambiarra também está presente na arena digital, seja na pirataria dos programas proprietários, nas práticas de *reverse engineering* – prática de desconstruir um dispositivo tecnológico para descobrir como ele funciona e remontá-lo dando-o uma nova função – ou na produção de *softwares* livres.

Outro tipo de gambiarra é aquele utilizado para a crítica de artistas e ativistas, que gira em torno da recriação de máquinas, suas alterações, perversões ou novos usos. Rosas (ibid.) ressalta o caráter contestatório da gambiarra, que em si mesma pode implicar uma afirmação política. De acordo com o crítico de mídia:

Consciente ou não, em muitos momentos a gambiarra pode negar a lógica produtiva capitalista, sanar uma falta, uma deficiência, uma precariedade, reinventar a produção, utopicamente vislumbrar um novo mundo, uma revolução, ou simplesmente tentar curar certas feridas abertas do sistema,

trazer conforto ou voz a quem são negados. A gambiarra é ela mesma uma voz, um grito de liberdade, de protesto ou, simplesmente, de existência, de afirmação de uma criatividade inata (id. ibid.: 47).

No entanto, a principal característica da gambiarra é seu caráter processual. Ela não resulta em um produto final, mas é um eterno *work in progress*. Daí a gambiarra assume uma nova função política, pois se transforma em um método. “É modo, *modus operandi*, tática de guerrilha, de ação, de transmissão, de disseminação”, afirma Rosas (id. ibid.). Na rede formada por grupos de ativismo de mídia, espaços culturais alternativos e práticas de coletivos artísticos, uma gambiarra processual orienta e possibilita residências, ocupações, trocas e estratégias auto-sustentáveis. Além disso, a gambiarra pode ser enxergada como um método de trabalho, que envolve a colaboração, a horizontalização, a formação de redes e os usos de novas e velhas mídias. O resultado da inserção da gambiarra no seio da convergência tecnológica é a criação de “formas diferentes de comunicabilidade e novas estratégias de ativismo, de maneiras impensadas de lidar com o espaço urbano a tentativas inovadoras de se adaptar a uma provável ubiquidade das máquinas computacionais” (id. ibid: 51).

A idéia de que o ativismo de mídia contemporâneo nacional esteja fundado na noção de uma “tecnologia recombinate”, porém, não encontra sua tradução somente na gambiarra. Ainda em 2004, o festival Digitofagia, que reuniu diversas manifestações de ativismo de mídia e foi sediado simultaneamente em São Paulo e no Rio de Janeiro, prometia “repensar a prática antropofágica na era dos computadores e das novas mídias através de uma antropofagia das práticas de mídia tática atuais”⁷⁴. A idéia era re-atualizar a metáfora dos artistas modernista brasileiros de antropofagia para dentro do contexto da cultura digital.

Outros termos, como Submidialogia, entendido como “o estudo da subversão dos meios”⁷⁵ – utilizado para dar nome aos encontros da rede de ativistas de mídia brasileiros em 2005, em Campinas, e 2006, em Recife – ainda buscam, de certa forma, apreender o que é o ativismo de mídia contemporâneo nacional. No entanto, nenhuma destas noções ganhou o grau de significância que conceitos como mídia tática e *culture jamming* alcançaram no exterior. Em parte, isto se deve a pouca teorização sistemática sobre as práticas de mídia ativistas nacionais. Ao mesmo tempo, é resultado de um esforço dos próprios produtores culturais de não “engessarem” suas atividades em concepções específicas e fechadas.

⁷⁴ Tanto o termo quanto o festival serão mais aprofundados no estudo de caso sobre a plataforma de colaboração Mídia Tática.

⁷⁵ http://pub.descentro.org/submidialogia_o_estudo_da_subversao_dos_meios.

A noção do coletivismo artístico, contudo, elucida os cruzamentos das ações ativistas de mídia com a arte e seus percalços políticos, seja ao atuarem no horizonte simbólico, seja ao se inserirem em contextos sociais desfavorecidos. A organização dos grupos em coletivos já demonstra uma vontade de explodir hierarquias, questionar a autoridade e agir fora das instituições. O modelo de rede utilizado para explicar as manifestações de ativismo de mídia mais vinculadas às tecnologias de comunicação e informação potencializa ainda mais a falta de hierarquias e a valorização da colaboração. Em ambos os casos, a apropriação dos elementos visuais, das tecnologias e dos espaços é a principal ferramenta de atuação. Ao mesmo tempo, esta apropriação é marcada pela improvisação, pela gambiarra, pelo “jeitinho” costumeiramente associado ao brasileiro.

Ao contrário das manifestações de ativismo de mídia no exterior, que demonstram uma atitude belicosa e confrontacional em relação às estruturas sociais, culturais e econômicas vigentes, as manifestações nacionais optam por se focarem na solidariedade, na produção de alternativas, na criação de possibilidades e em experiências de política prefigurativa, em que uma espécie de democracia participativa, como Mouffe (1992) propôs, é experimentada em primeira mão.

No entanto, estas manifestações se diferenciam de atividades do terceiro setor ou de mídias comunitárias e populares tradicionais por três características básicas: 1) pela utilização de estratégias criativas de participação midiática advindas de técnicas descobertas com o diálogo com o campo artístico; 2) por uma visão crítica da tecnologia, em que a inclusão digital ganha um sentido de apropriação tecnológica que pretende mais do que a simples capacitação profissional ou a promoção do acesso às mídias; 3) por um questionamento político que extrapola o assistencialismo ao fomentar soluções que buscam a sustentabilidade de comunidades desfavorecidas e sua emancipação em relação aos desmandos do mercado. O capítulo seguinte explora de forma aprofundada estas nuances a partir de estudos de caso dos grupos ativistas.

4. As manifestações do ativismo de mídia contemporâneo nacional

Após o percurso teórico, histórico e conceitual que baliza o entendimento aqui exposto do fenômeno das manifestações de ativismo de mídia contemporâneo, é chegado o momento de observar com mais afinco as atividades em si. Existe mais de uma centena de iniciativas culturais e midiáticas que pretendem unir a expressão artística ao questionamento político, utilizando, reflexivamente, os meios de comunicação, muitas vezes com ênfase nos potenciais oferecidos pelas mais recentes tecnologias de informação e comunicação.

São atividades muito diversas entre si. Algumas mantêm um diálogo constante com o campo artístico, enquanto em outras, essa relação é conflitante. Determinadas manifestações se apóiam quase que completamente nas novas ferramentas midiáticas, enxergando-se como práticas resultantes do avanço técnico dos meios de comunicação. Já outras iniciativas se fazem valer de mídias tradicionais, como o rádio, ou aquelas mais próximas ao cotidiano, como panfletos, cartazes e lambe-lambes. Do dia-a-dia da cidade à exclusão da população menos favorecida ao acesso dos meios digitais, as temáticas demonstram, também, uma disparidade de abordagens. Entretanto, une estas práticas um questionamento sobre a utilização dos meios de comunicação e uma expectativa que estes meios possam ser utilizados em algum tipo de transformação social.

A diversidade entre os atuais grupos e coletivos de ativismo de mídia se revela também na estrutura organizacional destas manifestações, nos seus diferentes métodos de trabalho, na sua dispersão pelo território nacional, no seu histórico e tempo de existência – que pode variar entre uma ação continuada e replicada ao longo dos anos por diversos indivíduos em diferentes localizações a uma manifestação pontual, em que seus participantes se dispersam logo depois de finalizada a ação. Neste sentido, é interessante sublinhar a fluidez e efemeridade dos coletivos de arte e sabotagem midiática, que muitas vezes se desfazem ou se reagrupam em novas configurações após uma ou poucas intervenções.

Assim, Araujo (2007) cita um universo com mais de 90 coletivos, grupos e indivíduos que buscam, de diferentes maneiras, unir arte, questionamento político, utilização das novas tecnologias e problematização do papel dos meios de comunicação na sociedade. Durante a pesquisa, encontrei referências sobre pelo menos mais meia centena de atividades e grupos formados desde 2000, por meio de um levantamento em *sites* de busca, *links* de endereços eletrônicos de grupos e coletivos, listas de discussão, entrevistas com os participantes de manifestações de ativismo de mídia e mesmo em conversas informais com os ativistas.

Porém, na maioria dos casos, são poucas as informações disponibilizadas sobre estas iniciativas e, por vezes, os mesmos indivíduos são responsáveis e formam mais de um dos coletivos encontrados.

Um levantamento das manifestações contemporâneas de ativismo de mídia em território nacional, mesmo que aprofundado, não pode se pretender completamente exaustivo. Isto se deve a rápida transformação das configurações destes grupos e iniciativas. Além disso, muitas das ações executadas não são registradas e os indivíduos que as perpetuam nem sempre se identificam como um grupo ou coletivo, mas se unem apenas para ações *ad hoc*. Há ainda aqueles que se mantêm indisponíveis para o questionamento, muitas vezes por meio do anonimato.

Para identificar as manifestações de ativismo de mídia, ao invés de criar e me valer de uma série de características que poderiam ser consideradas definidoras de tais atividades – opção que se demonstrou inconclusiva no trabalho de Carroll e Hackett (2006), optei por tentar apontar os grupos e indivíduos que levam adiante práticas de mídia ativista a partir da sua atuação nas redes de ativismo de mídia nacional. De Portugal, Caetano (2006) afirma que:

A principal razão da grande dinâmica dos media tácticos no Brasil advém do fato de estes grupos espalhados pelo território daquele país e utilizando os mais variados suportes tecnológicos terem constituído uma importante rede de intercâmbio e suporte mútuo, onde se partilham recursos e conhecimentos (id. *ibid.*: 14).

Deste modo, a organização em rede por parte das iniciativas ativistas de mídia brasileiras assume um papel fundamental em sua própria constituição. Dada a diversidade de práticas tanto quanto às mídias, as técnicas, objetivos ou tipos de organização envolvidas nestas atividades, a perspectiva de circunscrever estas manifestações à sua participação nas redes atuantes de ativismo de mídia se torna uma sedutora opção.

A emergência das redes enquanto formas de organização, identificadas e conceituadas inicialmente ainda pela Escola de Chicago no início do século passado, é caracterizada por Arquilla e Ronfeldt (2001) como o surgimento da “próxima grande forma de organização”, capaz de por si própria “redefinir as sociedades e, deste modo, a natureza do conflito e da cooperação” (id. *ibid.*). Maria Gloria Gohn (2004) reforça esta visão, ao sustentar que a organização em rede se tornou um paradigma entre os movimentos sociais no século XXI. Antoun (2003; 2006), por sua vez, oferece uma explicação para o postulado de Gohn, pois o autor acredita que a emergência das redes organizacionais significaria o deslocamento do

poder para fora do Estado. Esta mudança traria assim perturbações para a prática democrática e ofereceria novas modalidades de governabilidade, amparadas no poder de parceria estimulado pela estrutura organizacional de rede.

No entanto, não desejo neste momento fazer uma análise do fenômeno da organização em rede por parte dos ativistas de mídia. Meu objetivo é simplesmente utilizar um levantamento⁷⁶ das redes existentes como um método para a identificação de manifestações de ativismo de mídia em território nacional, um caminho para chegar aos grupos de ativismo de mídia que utilizo para testar a hipótese oferecida aqui.

Os endereços eletrônicos dedicados a servirem de plataformas para estas redes, as listas de discussão e os encontros presenciais – normalmente organizados em festivais, *workshops* e palestras – foram os “lugares” onde pude, com mais clareza, identificar estas redes tomarem uma forma distinguível. Tendo como fonte primária pesquisas pela internet, assim como as entrevistas para esta pesquisa e conversas informais com os participantes de grupos de ativismo de mídia nacional, identifiquei dois principais agrupamentos de iniciativas, coletivos e indivíduos que se organizam conscientemente a partir do modelo de rede e acolhem boa parte das manifestações do ativismo de mídia nacional. São elas: 1) os coletivos de arte e sabotagem midiática, que atuam principalmente por meio de intervenções e performances urbanas; 2) grupos, indivíduos e empreendimentos imbuídos dos ideais originados no movimento dos *softwares livres* e que, por meio de oficinas, *workshops* e outras metodologias visam experimentar os potenciais das novas ferramentas digitais além de difundir a noção de *cultura livre*⁷⁷.

Para observar mais a fundo as atividades que compõem as redes que dão origem às práticas de ativismo de mídia, quatro manifestações foram transformadas em objetos de estudos de caso. O coletivo Poro, sediado em Belo Horizonte, representa os grupos de intervenção urbana. A rede MetaReciclagem ilustra as atividades que se organizam ao redor

⁷⁶ Vale a pena ressaltar o mapeamento feito com semelhante intuito pelo site *mediática.info*. O mapa oferecido pelo *site* pretende oferecer uma panorama do contexto brasileiro de produção de mídia independente. Desta maneira, ao invés de identificar os principais agrupamentos que dão origem às práticas de ativismo de mídia, o mapeamento do *mediática.info* busca demonstrar as conexões das diversas manifestações do ativismo de mídia contemporâneo entre si mesmas e suas articulações com organizações governamentais, instituições privadas, agências de fomento e a grande mídia. Disponível em http://contexto.descentro.org/mapas/mapa_01v4.svg.pdf. Acesso em 10/11/2007.

⁷⁷ É preciso salientar ainda pelo menos um agrupamento de iniciativas de ativismo de mídia que não é abordado nesta pesquisa por questões de espaço e tempo. As rádios livres, que antecipam algumas das demandas feitas pelas práticas de ativismo de mídia contemporâneo e têm importante papel na construção de novos espaços de luta para a democratização do ambiente midiático foram ignoradas por serem um fenômeno mais antigo e por isto mesmo, mais documentado (Guedes, 1995; Machado, Magri e Mazagão, 1986; Nunes, 1995; Pasquinelli, 2002; Peruzzo, 1998a).

dos idéias da ética *hacker* e do movimento do *software* livre. Já a plataforma de colaboração Mídia Tática, que pretende fomentar a articulação de diferentes ações de ativismo de mídia, é analisada a partir da observação das atividades em torno do site mediatatica.info, assim como são investigadas também as ações do coletivo multimídia Media Sana, atuante neste circuito e que promove ações tanto no dia-a-dia urbano como em ambientes institucionais.

O principal critério adotado para a escolha dos fenômenos transformados em estudos de caso foi o de contemplar as duas principais matrizes do ativismo de mídia contemporâneo e também o de demonstrar a heterogeneidade de suas metodologias de ação e sua tendência à organização em rede. Foi levado em consideração, também, o acesso aos participantes de tais atividades e ao material para análise, o que em muito restringiu a escolha dos grupos, principalmente quanto aos coletivos de arte e intervenção urbana. Por fim, privilegiei atividades que já possuem um certo tempo de existência e ganharam uma relativa dimensão, na esperança de poder interpretar estas manifestações como casos paradigmáticos do ativismo de mídia contemporâneo nacional.

Além de descrever as práticas de mídia ativistas, na análise das manifestações, minha principal preocupação é tentar descobrir de que maneira as iniciativas selecionadas utilizam os meios de comunicação como ferramentas para alterar as relações de poder vigentes, que relações de poder são essas e que alternativas sugerem à produção midiática dominante. Assim, pretendo trabalhar a hipótese de que estas atividades, ao invés de porem em prática o tradicional modelo de mídia alternativa baseada na tomada do papel do emissor, com o intuito de construir uma crítica ideológica através de argumentos racionais, empregam uma gama de técnicas experimentais que visam aumentar a capacidade de apropriação dos meios de comunicação por parte dos usuários, criar novos usos para as mídias, tornar efetivas as possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias de comunicação e aguçar sensibilidades e leituras hoje enfraquecidas pela produção midiática comercial.

Como resultado deste possível deslocamento, interesse-me também pela relação que estas iniciativas travam com o campo artístico, qual concepção de arte é colocada em jogo por estas manifestações e até que ponto pode-se enxergar aí uma refuncionalização social da arte. Detenho-me com mais atenção, ao mesmo tempo, sobre o caráter político destas iniciativas, procurando descobrir que tipo de transformação social almejam e quais são os artifícios usados nesta busca. Por fim, pretendo identificar que papel as novas tecnologias assumem nestas atividades e qual é sua importância na formulação das práticas de ativismo de mídia contemporâneo.

4.1 Media Sana: “contra o loteamento do imaginário coletivo”

O Media Sana é um coletivo de artistas multimídia que trabalha principalmente com performances audiovisuais de cunho crítico. Entre os temas abordados pelo grupo estão: a distorcida construção da realidade social pela mídia comercial, a sufocante ubiquidade da propaganda no cotidiano, o poder desmesurado do mercado e das grandes corporações na sociedade e a falência da política institucional. Além disso, o Media Sana desenvolve um discurso em favor daquilo que os ativistas de mídia chamam de “cultura livre”, isto é, a garantia do acesso à informação e à cultura sem os entraves econômicos e jurídicos provenientes das leis autorais em vigência no país.

É neste sentido que Gabriel Furtado, um dos integrantes do coletivo, sugeriu-me, em entrevista por *e-mail*, que as ações do grupo atuam “contra o loteamento do imaginário coletivo”. Citação que dá título a este estudo de caso e demonstra a preocupação do Media Sana em questionar as consequências da exacerbada comercialização da mídia e da cultura. O que acarreta, na visão do coletivo, um cerceamento das possibilidades de expressão individual e esconde espécies alternativas de produção cultural e de estilo de vida exteriores, senão antagônicos, àqueles desenvolvidos a partir das atuais configurações da sociedade.

Formado em 2002, em Recife, o Media Sana hoje é composto por Gabriel Furtado, Igor Medeiros, Queops Negão, Kelly Lima e Leandro Guimarães, todos residentes na capital pernambucana. O coletivo ainda conta com eventuais colaborações de ex-integrantes do grupo – mais notadamente VJ Pixel, hoje mais dedicado ao seu trabalho na coordenação nacional do projeto Casa Brasil, do governo federal, e apresentações individuais como VJ⁷⁸ e Marcelo Campelo, atualmente voltado para sua carreira musical num sentido mais ortodoxo com a banda Mombojó. O grupo também mantém parcerias com coletivos de mídia da região e organizações não governamentais em projetos particulares, como é o caso do grupo Ventilador Cultural⁷⁹, das ONGs Diaconia e Escola de Formação Quilombo dos Palmares (Equip) e dos projetos Peixearte, Pé no Chão e Crescendo no Morro, que juntos administram o Centro de Comunicação e Juventude, espaço destinado a jovens de seis comunidades da

⁷⁸ Figura que surgiu na cena de música eletrônica no início dos anos 1990, o VJ, ou vídeo-jôquei, é um vídeo-performer que manipula imagens ao vivo, buscando uma interagir com a música tocada ao vivo ou em discotecagens, geralmente em festas de música eletrônica. A prática se popularizou nos últimos anos com o desenvolvimento de *hardwares* e *softwares* específicos para a atuação dos VJs. Ainda que o trabalho do Media Sana ultrapasse a costumeira rotina dos VJs, as apresentações do grupo ao vivo estão diretamente relacionadas com o desenvolvimento desta categoria de expressão artística e de produção de entretenimento.

⁷⁹ <http://br.geocities.com/ventiladorcultural/>

periferia de Recife e Olinda, onde o Media Sana ocasionalmente ministra oficinas de reciclagem de telejornais e vídeo.

Inicialmente voltados apenas para música, a descoberta de ferramentas tecnológicas como os *softwares* de VJ deram início a idéia do Media Sana, pois estes dispositivos possibilitaram a inserção de experimentações visuais no trabalho do coletivo. Assim se deu o embrião da fórmula – refinada ao longo dos anos – que rege as performances do grupo. É difícil transmitir fielmente as apresentações do coletivo ao vivo. Nas performances que tive a oportunidade de observar, Igor Medeiros e Gabriel Furtado se ocupam de computadores, bateria eletrônica e teclados conectados a um *mixer* de áudio e vídeo responsáveis pela música, de estilo eletrônico, seco e repetitivo, e as imagens, projetadas em um telão. Longe dos olhos do público, Queops Negão é filmado sobre um fundo *chroma key* e tem sua imagem inserida na projeção, em intervenções em que assume a função de um mestre de cerimônia (MC), interagindo com a platéia e guiando a performance – seja dando informações ou apresentando e contextualizando o próximo número. Kelly Lima, de filmadora em punho, capta imagens do público, que em certos momentos são também inseridas no telão.

Com estes elementos típicos, que podem variar de acordo com a estrutura disponível e integrantes do coletivo presentes, o Media Sana apresenta aquilo que chamam de “canções midiáticas”. O termo se refere ao fato de que a imensa maioria do material visual utilizado nas apresentações do grupo é retirado da programação diária da TV. Trechos de telejornais, novelas, propagandas, debates, entrevistas, discursos políticos e depoimentos de anônimos que constroem as narrativas predominantes da televisão comercial são recortados e recombinados, ao vivo, para constituírem então uma crítica a estas narrativas, além de abordar outros temas. No entanto, as atividades do coletivo não se resumem às performances ao vivo, apresentadas em diversas regiões do país, nos mais diferentes contextos – desde festivais de música eletrônica, passando por conferências acadêmicas, espaços dedicados à arte e outros eventos institucionais, até apresentações em praça pública.

Uma versão dos vídeos recombinados ao vivo nas performances do coletivo está disponível para *download* no *site*⁸⁰ do grupo e foi transformado em um DVD, que é distribuído ou vendido nas apresentações. Ocasionalmente, estes vídeos encontram lugar em mostras audiovisuais de vídeos universitários, musicais ou sessões de vídeo em espaços de produção cultural independente. Além disso, o Media Sana constantemente se engaja em oficinas de leitura crítica da mídia, de *softwares* livres – que conjugam introdução à utilização

⁸⁰ <http://www.mediasana.org/>.

do sistema operacional aberto Linux e lições de produção de áudio com ferramentas livres – e de MetaReciclagem, normalmente em parceria com ONGs como as citadas anteriormente. Por fim, existem ainda projetos peculiares e mais elaborados.

Um destes projetos foi o “Intervenção Midiática”, realizado em 2005, que consistia em levar uma mídia móvel – uma Kombi com câmeras, computadores, telão e transmissor de TV de baixo alcance – para as ruas de Recife e incentivar os transeuntes a produzirem conteúdo e participarem da transmissão. Experiência esta que, desde então, o Media Sana tenta repetir ao menos uma vez por mês. Entre abril e maio do mesmo ano, o coletivo realizou o “Eco-Mídia”, onde a mesma mídia móvel foi utilizada para apresentações do grupo sobre a temática da ecologia em 14 comunidades menos favorecidas da capital pernambucana.

Já a “Caravana da Comunicação” foi uma ação que envolveu a integração do Media Sana com outros grupos de ativismo de mídia como rádios livres, os centros de mídia independente (CMI) e promotores dos *softwares* livres em uma caravana que começou em Vitória, no Espírito Santo, e percorreu diversas cidades do país em direção a Porto Alegre, para o Fórum Social Mundial de 2005. Em cada parada, palestras, apresentações e performances chamavam atenção do público à necessidade de uma democratização do sistema midiático nacional.

A metodologia empregada para a análise das atividades do Media Sana envolveu várias etapas e as informações e impressões adquiridas em todos estes momentos são utilizadas para a construção deste estudo caso. Este percurso teve seu primeiro momento na identificação da participação constante do grupo nas redes formadas por coletivos, indivíduos e outras formas de manifestação de ativismo de mídia nacional. Desta maneira, em investigações principalmente com a ajuda da internet, tomei conhecimento das atividades do Media Sana. Parti, então, para uma segunda etapa da pesquisa, que envolveu a coleta de relatos noticiosos sobre o grupo em jornais, revistas e *sites*, além de recolher material como vídeos e imagens disponibilizados tanto pelo próprio grupo em seu endereço eletrônico, quanto por interessados no trabalho do coletivo em listas de discussão e *sites* específicos.

Com mais informações sobre o Media Sana, entrei em contato com os seus integrantes através dos endereços de *e-mail* de cada um, oferecidos na página eletrônica do grupo, perguntando sobre a possibilidade de responderem a algumas questões relativas às suas atividades. Apenas Gabriel Furtado me replicou e, assim, enviei-lhe um questionário com 15 perguntas. Quando Gabriel me respondeu, mandou o *e-mail* também para os outros integrantes do grupo, sugerindo que eles também respondessem. No entanto, não recebi mais

nenhuma mensagem dos demais membros do coletivo. Junto com as respostas, Gabriel ainda me enviou um portfólio do Media Sana, que contém informações sobre todas as apresentações ao vivo, mostras de vídeo e projetos especiais em que o grupo esteve envolvido até abril de 2007.

Em setembro deste ano, o Media Sana fez três apresentações no estande do SESC da Bienal do Livro, no Riocentro, no Rio de Janeiro. Tive a oportunidade de observar duas destas performances, nos dias 19 e 20 de setembro. Nestas datas, entrevistei membros da platéia – ainda que estas abordagens não tenham tido o rigor de uma pesquisa de audiência – e pude também fazer uma entrevista aprofundada com os quatro integrantes do grupo que viajaram a cidade, horas antes da sua última apresentação.

Durante a entrevista, feita no quarto de hotel onde estavam hospedados, em meio a toda parafernália eletrônica utilizada nas performances, Gabriel Furtado, 40 anos, dono de um estúdio em Recife, onde trabalha como músico e produtor musical, alugando o espaço para gravações e ocasionalmente produzindo *spots* publicitários, foi o que respondeu à maioria das perguntas. Isso não implica necessariamente em algum tipo de hierarquia dentro do coletivo ou um desengajamento dos outros integrantes com as atividades do grupo. Por um lado, Gabriel fazia questão de confirmar as respostas com os outros integrantes do Media Sana, enquanto nas breves intervenções, todos os outros participantes do coletivo demonstraram as mesmas convicções quanto ao trabalho feito. Atribuo o fato de Gabriel ter respondido à maioria das perguntas a uma maior articulação e facilidade em expor as idéias do grupo.

Ainda que seja um fenômeno razoavelmente recente, a utilização de projeções visuais – com a presença de um VJ ou com imagens pré-editadas – em apresentações musicais já é rotina não só em shows de música eletrônica e outros estilos musicais, como também em performances artísticas ou mesmo boates. A comunhão audiovisual promovida pelo Media Sana, apesar de ainda relativamente peculiar, possui seu maior diferencial numa outra nuance da linguagem do grupo, aquilo que faz com que os números apresentados pelo coletivo sejam chamados pelo próprio Media Sana de “canções midiáticas”. Ou seja, a utilização (ou reciclagem) de trechos – que os integrantes do grupo chamam de *samples*⁸¹ – de imagens retiradas da televisão comercial e recombinações de uma outra maneira.

Nas apresentações que observei, seis números foram apresentados. “Making of” abre as performances do grupo e demonstra como o coletivo executa os vídeos e a trilha musical ao

⁸¹ “Trecho” em inglês, o termo é utilizado em língua estrangeira por pessoas próximas principalmente à cultura musical eletrônica e de hip-hop talvez pela existência do *sampler*, equipamento eletrônico que permite que se armazenem sons numa memória digital, para reproduzi-los posteriormente.

vivo. “Manifesto”, composto apenas com um texto escrito pelo próprio Media Sana e citações à constituição brasileira no que concerne às leis sobre os direitos autorais, expõe a posição do coletivo em relação à mídia e à necessidade de uma democratização dos meios de comunicação e termina com um chamado ao público para se apropriar da mídia em práticas “faça você mesmo”. Especificamente, o papel da televisão na sociedade é o tema da composição “A televisão não será revolucionada?!”. Em “Alice no país da propaganda”, o Media Sana problematiza a influência da propaganda no dia-a-dia e sugere a adoção de formas de consumo consciente. O poder das grandes corporações e a submissão da política institucional ao mercado financeiro é trabalhada em “O fundamentalismo econômico”. Já em “Cultura eh livre”, são levantadas questões como propriedade intelectual, licenças autorais, distribuição e controle comercial da informação e a associação de práticas de *pirataria* pela mídia comercial às atividades da “cultura livre”.

Até descobrirem as ferramentas tecnológicas que possibilitam a manipulação de vídeos ao vivo no palco, os membros do Media Sana se dedicavam exclusivamente à música. Gabriel Furtado afirma, no entanto, que a descoberta dos *softwares* de VJ apenas permitiu que o grupo trabalhasse de modo mais contundente uma preocupação social, ou ao menos uma vontade de oferecer alternativas à produção cultural comercial, desde o início manifesta no trabalho do grupo.

Na área de música sempre gostei de compor. No entanto, sempre procurei trabalhar canções que não fossem expressão de um "oba, oba" – pode-se dizer que procurava criar canções "engajadas". Ao descobrir os softwares de VJ a possibilidade de recombinar o discurso da mídia, de trabalhar uma composição de caráter político foi uma sequência lógica dentro do nosso processo criativo.

Pergunto, então, ao grupo como é o processo de composição das colagens de trechos midiáticos. Gabriel me informa que tudo começa com a escolha de um tema. Ao descrever o processo de construção dos vídeos, que são re-editados e recombinaados ao vivo nas apresentações do coletivo, é possível notar que o termo “canções midiáticas” não é gratuito. Citações a refrões e estrofes demonstram que as composições são constituídas a partir do formato de uma canção. Diz Gabriel:

A gente escolhe um tema, vai recortando os *samples*... por exemplo, tema comunicação, sessão de mídia, então o que tiver de *sample* de comunicação a gente vai gravando, gravando, gravando. Daqui a pouco a gente recorta aquelas frases e tal. Aí dá uma olhada. Em geral, aparecem sub-temas.

Digamos assim, na sessão de comunicação tem uma estrofe que fala mais de criança, relação de mídia e criança. Tinha outra estrofe que fala da TV de um modo geral, aquele em que aparece o Fred O4. A partir daí a gente vai separando os blocos mesmo. A gente escolhe em geral um depoimento para ser um refrão e constrói o roteiro a partir dos recortes que têm.

“É estrutura com repetição, mesmo. Tem uma idéia de repetição e frequência, a gente usa esse recurso. É como se não tivesse um caminho de comunicação entre produtor e receptor, e o que a gente faz é tentar fazer uma inversão dessa parada. Agir, né?” Complementa Igor Medeiros, produtor musical de 36 anos. E a partir daí é possível notar que a reciclagem de trechos da televisão comercial não é visto como simples ferramenta estilística para o grupo. Mas, sim, uma forma de consumo ativo, uma resposta pessoal à produção televisiva comercial. Enquanto há uma preocupação do coletivo em conscientizar seu público sobre os temas abordados através dos excertos da programação diária da TV, o próprio fazer destes vídeos, o ato de assistir criticamente e recortar os trechos da televisão são entendidos também como um desafio à lógica midiática que coloca os receptores – no caso, os próprios membros do Media Sana – como coadjuvantes passivos dentro de todo o processo.

Isto se torna claro quando provo o grupo afirmando que, para quem fala mal da televisão, eles devem assistir muita TV. Entre risos, Gabriel responde: “O que é uma coisa normal, não é? Todo mundo assiste jornal. Mas deixou de ser uma atitude passiva, de só estar recebendo. Vamos dizer que a gente regurgita as notícias”. Kelly Lima, que tem 21 anos e trabalha como designer e produtora cinematográfica, complementa:

Não é que a gente passe o dia todo assistindo televisão. Acho que a gente assiste televisão muito menos do que a média nacional. Mas se você assistir realmente prestando atenção, em meia hora de televisão tem um tanto de absurdo e um tanto de coisas que se pode usar em termos de *sample*, em tão pouco tempo. É tão nítido isso. Mas você deixa passar quando você assiste só por assistir, sem pensar naquilo que você tá vendo, né?

Gabriel conta que não há uma pesquisa extensa para escolher e capturar as imagens. Os recortes são frutos de um exercício cotidiano.

Tipo, tô vendo televisão, telejornal, e tô assistindo com um videocassete, ou então com uma placa de captura e aí às vezes eles já anunciam, porque normalmente no jornal eles já falam o que vai aparecer no próximo bloco. Aí a gente fica ligado. Mas o processo é assim, às vezes o pessoal fala “pô, vocês fazem uma pesquisa grande e tal...” E eu falo, “não é uma estória de pesquisa, é mais de guardar a informação que tá chegando para você reutilizar.”

A idéia de desconstruir o discurso da cultura da mídia, e a partir dos seus próprios elementos construir um discurso crítico a esta cultura está no cerne de manifestações de *culture jamming* no exterior. Por *e-mail*, Gabriel havia me informado que, mesmo antes do Media Sana ter sido formado, já conhecia manifestações como a da revista Adbusters e que enxergava uma “afinidade de intenções” entre as práticas de *culture jamming* estrangeiras e as atividades do coletivo. No entanto, manifestações com formatos próximos ao do Media Sana, como os trabalhos do grupo Coldcut⁸² e do Emergency Broadcast Network⁸³ não chegaram ao conhecimento do coletivo antes que ele já tivesse iniciado suas atividades.

Ainda que possuam igualdades, é difícil sugerir que as ações do Media Sana sejam uma simples reação ou uma reprodução das manifestações estrangeiras de *culture jamming* em território nacional. Mais do que uma influência que está origem das atividades do Media Sana, a relação com os grupos do exterior se dá talvez por meio da identificação de semelhanças, que por sua vez, originam sugestões de formatos, tecnologias disponíveis e possíveis experimentações temáticas ou de linguagem. Não reconheço no Media Sana a intenção de copiar manifestações estrangeiras semelhantes sem levar em consideração o contexto em que se inserem (como Felipe Fonseca, participante do projeto MetaReciclagem – que será analisado mais adiante – acusa algumas manifestações culturais e midiáticas que se pretendem críticas no país). Tampouco observo uma dependência do grupo de referências conceituais estrangeiras, condição que Cabral (2007) sugere afligir os coletivos ativistas no Brasil.

Interpelado sobre as diferenças entre as manifestações do exterior e as ações do Media Sana, Gabriel Furtado prefere levar em consideração à questão da sustentabilidade⁸⁴. Ao contrário das iniciativas nacionais, financiadas em grande parte por seus próprios promotores e feitas de forma voluntária, para ele, as atividades estrangeiras têm financiamento. Contudo,

⁸² Dupla de DJs e VJs baseada em Londres que começou suas atividades na década de 1980 fazendo *remixes* musicais nos estilos de música eletrônica e hip-hop. A partir dos anos 1990 desenvolveram suas próprias ferramentas de VJ, assim como constituíram seu próprio selo musical, por onde lançam suas produções, assim como as de artistas semelhantes, que trabalham com colagens musicais baseadas em práticas faça-você-mesmo.

⁸³ Grupo multimídia performático formado nos Estados Unidos com uma breve atuação no início dos anos 1990. Ficou conhecido por suas performances com colagens audiovisuais feitas a partir de trechos de discursos políticos e imagens televisivas gravadas em VHS, próximas as que o Media Sana faz atualmente com a ajuda das tecnologias digitais, que questionavam Guerra no Golfo, a influência da TV no cotidiano e outras temáticas.

⁸⁴ A questão da sustentabilidade, e conseqüentemente, da autonomia é uma das questões que mais afetam as iniciativas culturais, artísticas e midiáticas de cunho crítico no país. Entre a profissionalização do ativismo, a falta de verba para as ações, a cooptação pelo mercado e as parcerias com os governos locais ou federais, pode constatar que a sustentabilidade tanto das ações quanto dos próprios indivíduos engajados nestas atividades é um dos problemas, até agora sem solução, mais presentes neste tipo de ação. Todos os grupos analisados aqui demonstram, em algum momento, frustração e dúvidas quanto à questão da auto-sustentabilidade.

detendo-me à questão de linguagem – de reutilizar elementos da cultura midiática para, com eles próprios, questioná-la – reproduzo para o coletivo uma crítica costumeira às práticas de *culture jamming*. Isto é, se a utilização de imagens, *slogans* e logomarcas da cultura comercial, mesmo que com o intuito de criticá-la, não terminaria por legitimá-la, ou, ainda, afirmar a ausência de alternativas. Assim, pergunto para o coletivo se, ao utilizar os trechos da televisão, não se corre o risco de dar ainda mais legitimidade ao discurso televisivo que querem problematizar. Gabriel afirma que, na reciclagem do material midiático feito pelo Media Sana, dois aspectos estão em jogo.

Um é que a gente se apropria da legitimidade do discurso da TV. Uma coisa diferente é você botar, como tem nos vídeos, *samples* de pessoas que você não conhece. O Thiago Novaes, da Rádio Muda, por exemplo, aparece. Outra coisa é você pegar um texto de uma pessoa que todo mundo sabe quem é. Então já tem um peso ali. Uma pessoa desconhecida falando um texto, por mais importância que tenha, é uma estória. “Quem é esse cara que tá falando?” Agora você pega um ministro falando, já é aquele outro peso... O fato também daquilo já ter saído no jornal... tem o senso comum de que o que sai na TV é verdade. Aí tem esse outro lado que é recontextualizar isso. Por exemplo, o cara vai e dá uma informação e você joga uma outra informação, complementar ou contraditória. E aí já tem um outro impacto. Porque a pessoa vê e fala: “pô, o cara falou isso e tal”, mas depois fala “ele falou isso, mas tenha aquela informação ali que já contradiz.”

A partir desta afirmação, é possível desvencilhar a imagem do Media Sana tanto do fã celebratório e bricolador da cultura da mídia, quanto do ativista de mídia niilista, que desconstrói o discurso midiático com o intuito de destruir o poder da mídia comercial. Entre os perfis caracterizados por Jenkins (2006), as ações do coletivo se encontram em um meio termo. O potencial irrealizado com que o Media Sana trabalha não é dos produtos da mídia – como no caso dos fãs participativos que Jenkins (ibid.) descreve – mas, sim, a capacidade de apropriação pelo receptor dos meios e dos textos midiáticos. Assim, para permanecer dentro da comparação proposta por Jenkins (ibid.), as “canções midiáticas” do coletivo são, ao mesmo tempo, disruptivas e dialógicas. Elas aspiram questionar os meios de comunicação comerciais, o senso comum de que o que aparece na TV, pelo simples fato de ser midiático, é verdade, mas não como um questionamento que tem fim em si mesmo. A intenção é divulgar para o público as múltiplas possibilidades de interpretação a que o material veiculado pela mídia está sujeito, assim como a possibilidade do próprio público se tornar produtor de informação e cultura.

Ainda que sejam confrontacionais, as performances do Mídia Sana não apontam para uma obstrução da mídia por completo, uma negação improdutiva e paralisante dos meios de comunicação comerciais, como Jenkins (ibid.) acusa os *jammers*. Ao contrário, tentam fomentar no público a capacidade de decodificarem ativamente as mensagens veiculadas pela grande mídia para tornarem seu posicionamento mais participativo. A palavra-chave para o Media Sana, repetida inúmeras vezes durante as apresentações do grupo é cidadania. E para o coletivo, o agir cidadão, a participação dos indivíduos na sociedade voltada para o bem público, seus direitos e deveres, estão irremediavelmente ligados à relação das pessoas com os meios de comunicação.

A melhor tradução do posicionamento do grupo quanto à mídia está em seu “manifesto”, composição do coletivo que, ao invés de conter as características colagens midiáticas, é construído quase totalmente por meio textual, ainda que o texto seja tão fragmentado e sugestivo quanto às colagens. Reproduzo na íntegra:

Nas últimas décadas o ser humano apreendeu a estar exposto a um grande número de informações não solicitadas que de certa maneira determinam seu comportamento.

O público sempre foi encarado como espectador passivo e consumidor ativo; e só ilustra a grande mídia ocupando um espaço que, na maioria das vezes, já tem função definida.

A maior ilegitimidade no perfil da mídia é seu caráter privado, que lhe condena a uma perversidade política: concessões públicas de meios de informação para fins particulares.

Os cortes temporais impostos pelo jornalismo atual – análise de fenômenos. Junto com a televisão a realidade se tornou evidentemente inventada por nós.

Tirando nosso material da cultura de massas, onde se forma nossa consciência – e não na especulação acadêmica ou na mercadológica. Tentando explicar relações na mídia – num espaço impenetrável e intocável onde se formam tais sentidos.

O(A) consumidor(a) dispõe das mesmas ferramentas para interferir no complexo comunicacional e voltar a exercer cidadania.

Todo cidadão tem direito a sua própria rede de televisão.

Mídia?

FAÇA VOCÊ MESMO!

A seguir, o grupo reproduz, em seu manifesto, parte da constituição federal referente às leis que regem os direitos autorais no país. Apesar de o texto indicar um posicionamento razoavelmente bem definido das crenças do coletivo quanto à função dos meios de comunicação na sociedade, Gabriel sugere que o Media Sana não é tão incisivo nas suas assertivas. “A gente nem é tão afirmativo. A gente só está recombinaando coisas que já foram ditas, chamando atenção para elas”, diz ele para negar ter havido motivos em qualquer momento para uma discordância dentro do grupo em relação às temáticas escolhidas. Queops Negão, que já trabalhou como ator, produtor de bandas musicais, DJ, VJ e se define como um artista multimídia que “já fez de tudo nessa vida” ao longo dos seus 35 anos, resume as aspirações do coletivo:

O trabalho que a gente faz no Media Sana é, antes de tudo um alerta. Muita coisa que tá aí, as pessoas não sabem que existem possibilidades. Então é um alerta, de mostrar para as pessoas que elas também podem fazer. Tem ali [nas apresentações], uma hora que eu falo: rádio livre, rádio comunitária, TV livre, fanzine, tal e tal. Para as pessoas notarem que comunicação não é só assistir TV, não é só ouvir rádio. A maioria dos brasileiros tem um instrumento de comunicação, que eles podem fazer comunicação social, e não fazem. Que é o telefone celular. Com aquilo dali, eles poderiam fazer altas redes de comunicação em suas comunidades, com fotos, com filmagens... Uma coisa mais ativa, de fazer na hora. Então, eu vejo o Media Sana como uma história de alerta, mas não de caos. Não que o mundo vai acabar, mas que você pode fazer e mudar aquilo para melhor.

Isto revela que, mais do que disseminar suas idéias – que muitas vezes consistem em realçar informações já existentes e recontextualizá-las – ou buscar formas de legitimar seu discurso, o Media Sana se insinua como uma provocação, um chamado ou convite à prática midiática como um instrumento para o exercício da cidadania. O coletivo pode atacar a primazia do mercado na atualidade ou o caráter manipulador da publicidade utilizando-se de dados, números e citações de especialistas. No entanto, a maneira como isso é feito, através dos fragmentos recombinaados e repetidos nas suas apresentações, tem um caráter eminentemente questionador. Como Graham Meikle (2002) descreve as práticas de *culture jamming* no exterior, a maior força discursiva do Media Sana está em transformar aquilo que é dado como certo em pontos de interrogação. E se o coletivo oferece sugestões de respostas, cabe ao público decidir que caminho tomar, como decodificar as recombinações, como responder às provocações do grupo.

O convite à prática midiática feito pelo Media Sana se materializa em diversos momentos de suas atividades. Nas oficinas, há um caráter claramente pedagógico. Nas

performances em locais fechados, eventos e festivais, conjuga diversão, arte e ação política. Nas apresentações em praça pública e nas visitas às comunidades em projetos especiais, a interação entre coletivo e público se intensifica. A maneira como o trabalho do Media Sana é percebido está intrinsecamente ligada ao contexto em que se insere.

Isto pode ser facilmente identificado ao se comparar algumas das notícias em jornais locais e nacionais veiculados sobre o coletivo. Nestas matérias, o Media Sana é descrito como uma “intensificação das experiências sensoriais na pista de dança”, “uma nova linguagem performática” e como uma experiência de “TV livre na rua”. De forma mais específica, Gabriel Furtado chega mesmo a enxergar dois formatos que se desenvolveram no curso de existência do grupo, um voltado para apresentações no palco, outro para performances na rua:

Assim, cronologicamente, a gente começou a estória mais em um formato de show mesmo. Aí começamos a pegar depois depoimentos da galera. E às vezes até por estar trabalhando com a questão da mídia, a gente começou a buscar mais interatividade mesmo. Hoje em dia funciona os dois formatos. Tem uma hora que você tá no palco, e o formato ali já é mais difícil, por isso que gente tá pensando a estória do MC e do transmissor pra quebrar com isso. Mas quando vai pra rua, a gente tem uma outra dinâmica. A gente pode apresentar uma composição, duas, o que tiver tempo e depois pára, coloca um vídeo, pára e chama a galera pra falar. Na intervenção midiática, tinha gente que ia, reclamava dos problemas na cidade: “Aqui não tem banheiro pra gente cagar”, isso foi num terminal de ônibus que a gente fez. Tinham outros que iam recitar poesia...

Igor Medeiros vê as performances do coletivo no palco como uma espécie de inversão do entretenimento e do espetáculo. Pergunto se as pessoas costumam dançar ao som da música eletrônica que embala as apresentações do grupo – nas performances que presenciei, a platéia ficava sentada em um pequeno espaço, sem essa possibilidade – e Gabriel me responde que sim, às vezes, assim como outras apresentações do grupo literalmente acabaram com a festa, com o público reunido se dispersando logo após a performance do coletivo.

Apesar de usar o humor em ironias e paródias com as recombinações visuais dos trechos televisivos e em diversos momentos de nossas conversas o grupo se referir às suas performances como um entretenimento sem “oba-oba”, minha experiência nas apresentações do grupo esteve mais próxima da angústia frente à avassaladora quantidade de informações e desafios que se apresentam para a confecção de uma sociedade mais justa do que diversão, propriamente dita.

Considerando, no entanto, a possibilidade de outras pessoas se divertirem com as performances do grupo em ambientes diferentes, assim como a diversão – quiçá

inexoravelmente consciente – ser um dos objetivos do Media Sana, pergunto a Gabriel se ele enxerga a festa separada do momento político, do discurso sobre a cidadania que eles constroem. Ele afirma que não, “são coisas que andam juntas”, diz. Depois, faz uma interessante analogia: “se você for observar, no âmbito restrito da música existem muitas canções que tratam criticamente sobre determinado assunto, e não precisa ser punk rock, não. No nosso caso apenas o suporte que é diferente”, diz ele. Pergunto então como é possível conjugar política e diversão. Gabriel me responde da seguinte maneira:

Acho que isso tem a ver com a evolução da sociedade mesmo. As passeatas de protesto não são quase sempre carnavalescas? Não acredito que as críticas tenham sempre que ser sisudas. Nos países do primeiro mundos já se manifestam vários movimentos que conjugam as duas coisas como o "reclaim the streets". No entanto, me parece que a intenção é mais inversa: fazer da diversão um ato político. Às vezes penso que é uma mudança de paradigma mesmo. Ainda ontem em conversa com um amigo estava a comentar que em algumas de nossas apresentações onde temos um público mais crítico que partilha de nosso posicionamento como no congresso do SBPC ou FISL, já percebemos reações muito singulares e sem precedentes. É surpreendente perceber que as pessoas estão vibrando e urrando não para performances particulares, como solos de guitarra e tal, mas para conceitos. Pra mim é muito inusitado ver as pessoas agirem dessa forma ao ler um texto.

Arrisco-me, todavia, a entender a menção ao carnaval feita pelo integrante do Media Sana de maneira menos relacionada com a festa brasileira, e sim com a noção bakhtiniana de carnavalesco. Apesar de remeter às festas européias medievais, a concepção carrega um forte acento textual, decorrente da identificação, por parte do lingüista russo, de uma literatura capaz de manter viva a cultura carnavalesca. Para Bakhtin (1981, 1987) o carnaval, mais do que um espetáculo de caráter ritual, oferecia uma cosmovisão alternativa caracterizada pelo questionamento lúdico de todas as normas. Para o autor:

O carnaval era o triunfo de uma espécie de liberação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória das relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus (...) opunha-se a toda perpetuação, a todo aperfeiçoamento e regulamentação, apontava para um futuro ainda incompleto. Formas e símbolos da linguagem carnavalesca estão impregnados pela lógica original das coisas “ao avesso”, “ao contrário”, das permutações constantes entre o alto e o baixo, pelas paródias, etc. (Bakhtin, 1987: 8-9)

Em seus trabalhos, Bakhtin (1981; 1987) ofereceu diversas concepções do carnavalesco. Stam (1989; 1992) distingue 11 conceitos distintos evocados pelo carnaval,

entre os quais: 1) a rejeição do decoro social em busca de se livrar da etiqueta opressiva da boa educação e das boas maneiras; 2) como um espetáculo participativo, em que todos se tornam *performers*; 3) como um fenômeno marcado pelas inversões sociais e pela subversão simbólica do poder, estabelecida via “mundo às avessas”. Enquanto algumas categorias do carnaval elucidadas por Bakhtin pouco tenham relação com as ações do Media Sana – a propensão ao grotesco e ao escatológico, por exemplo –, as atividades do grupo podem facilmente serem identificadas dentro dessa cultura carnavalesca.

A apropriação dos elementos simbólicos da cultura oficial com o intuito de desmistificá-los, ao transformá-los em objetos de humor por meio de ironias e paródias; a abolição de hierarquias e a aproximação entre atores e espectadores; a luta para se liberar e evitar a perpetuação de pontos-de-vista dominantes; a oferta de um olhar para o universo com novos olhos, que questionam a ordem habitual; a criatividade ambivalente de mudança e renovação, em que o carnaval surge como força regeneradora. Todas estas características podem ser transferidas para o Media Sana e sua relação com a mídia.

Contudo, enquanto o carnaval bakhtiniano é uma expressão popular, as performances do Media Sana, mesmo que se apropriando do conteúdo televisivo transmitido cotidianamente para os lares brasileiros, estão presas a utilização de tecnologias e de uma linguagem que não estão tão presentes assim no dia-a-dia da população, o que pode evitar a interação que o grupo pretende fomentar. Por isso, pergunto ao coletivo se há alguma preocupação neste sentido. De acordo com Kelly Lima, o Media Sana busca refinar suas performances de modo que a mesma reversibilidade dos papéis em um processo comunicativo que os membros do grupo sentem ao recombinar excertos da programação diária da TV, seja experimentado pelo seu público:

A gente se preocupa, sim, se o público vai entender a estória. Tem por exemplo o making of. Por que antes as pessoas achavam que era um vídeo, que era tudo gravado. E não, a gente tá tocando e montando os vídeos ao vivo, com essa idéia de reciclagem mesmo. E a gente pensa muito também em como tentar fazer com que o público interaja com que está sendo exposto. Pra que ele se sinta da mesma maneira que a gente quando a gente faz essas montagens. Daí a gente começou a usar a câmera ao vivo. As pessoas apareciam naqueles momentos, só que também era de uma forma muita passiva. Aí teve essa estória de colocar o MC para ele conversar com as pessoas. Agora a gente conseguiu o transmissor de vídeo pra que a câmera possa chegar nas pessoas e as pessoas falem, conversem.

A adoção do formato de canções ainda propiciou ao coletivo, simultaneamente, abordar mais temáticas e evitar que a experiência das performances se tornasse maçantes. Diz Gabriel:

A primeira composição que a gente fez foi o “fundamentalismo econômico”. Aí a gente começou a recortar sample e recortar *sample*. E aí tinha muito *sample*, muita informação. A gente organizando, organizado e fazendo a música, e assim e tal, essa parte aqui e tal, blah blah blah, quando a gente terminou tinha 28 minutos. Aí a gente começou com esse formato, eram 28 minutos de economia na cabeça da galera. Era pá, pá, pá. E aí gente, “pô, vamos dar uma enxugada”.

No entanto, mesmo que o coletivo venha pensando formas de colocar o público como agente ativo e interessado nas apresentações, ainda há o risco das performances do Media Sana serem tomadas como elitistas, voltadas para um público informado, e perderam a função de alerta que Queops acredita estar na base das atividades do grupo. A sofisticada estrutura onde aconteceram as apresentações no estande do SESC, por exemplo⁸⁵, ao mesmo tempo em que convidativos para aqueles acostumados com instalações de arte conceitual e tecnológica, poderia causar um certo deslumbramento, paralisante e contemplativo demais, para as ambições interacionistas do Media Sana. Segundo Gabriel, a própria linguagem escolhida pelo grupo se transforma às vezes em um entrave. Pergunto ao coletivo se já pensaram na possibilidade de se tornarem, involuntariamente, elitistas ou se, em algum momento, sentiram que o público não havia entendido a proposta do Media Sana. De acordo com Gabriel:

Em algumas situações, já. Até pelo tipo de linguagem mesmo. De se repetir, de ser um ritmo frenético, de ser música eletrônica mesmo, porque tem gente que não gosta. Têm reações as mais diversas. Tem gente que vem e fala: “Nossa, isso é lindo”. Isso foi uma mãe que veio falar com a gente. Como tem gente que chega e fala, “olha é muita informação pra mim, eu não consigo acompanhar, eu fico baratinada”. Tem gente que tem mais costume, tem gente que estranha a estética, essa coisa da repetição e tal. “E fica repetindo, é?”, perguntam. As temáticas também... tem diferenças, a cultura livre é que é mais difícil você estar num lugar que as pessoas sacam o que você tá falando, até porque é difícil as pessoas sentirem esse cerceamento mesmo. Na prática, todo mundo compra pirata.

Uma situação interessante e que pode ilustrar a dificuldade do Media Sana em ultrapassar as barreiras da linguagem escolhida pelo grupo para se comunicarem com a platéia ocorreu na segunda apresentação do coletivo que observei. Depois de trinta minutos de

⁸⁵ Em tons monocromáticos, com citações de autores como Walter Benjamin espalhadas pelo tablado e misturadas aos grafites estilizados pintados nas tendas cercadas por telões digitais.

apresentação, um grupo de aproximadamente dez garotas – estudantes do segundo e terceiro ano do colégio CBA, de Campo Grande, bairro da zona oeste do Rio de Janeiro – que estavam no fundo da platéia, começaram a bater palmas e gritar durante a performance do Media Sana, inicialmente acompanhando a música. No entanto, logo o grupo na platéia começou a se manifestar de forma mais veemente e desconexa com a apresentação, inclusive desviando a atenção do resto do público da performance do Media Sana, com gritos que celebravam cada integrante do grupo na platéia e o colégio onde estudavam. Quando Queops tentou intervir e conversar com as garotas, mais gritos e cantos se seguiram, sem muita interação, o que continuou até o fim da performance.

Após a apresentação, fui conversar com as estudantes e também fui recebido com gritos e celebrações, o que demonstra o espírito em que as garotas estavam. Perguntei a elas o motivo das palmas e da gritaria, e enquanto todas falavam ao mesmo tempo, a tônica geral das respostas dava como motivo a empolgação, não pela apresentação do coletivo em si, mas pelo simples fato das garotas estarem juntas e se divertindo na Bienal do livro. No entanto, uma das estudantes sugeriu que elas começaram a se manifestar porque uma parte do público havia saído da tenda. Perguntei a elas então se elas prestaram atenção à apresentação do grupo. A pergunta, porém, soou um tanto quanto intimidadora, e todas responderam em uníssono que sim. Então as interpelei sobre a impressão que ficou da performance do Media Sana e recebi respostas “automáticas” como “foi legal”, “é bonito”, mas nada sobre o conteúdo das mensagens do coletivo. O que elas não falaram, mas ficou nítido durante a apresentação, é que o Media Sana, mais do que falhar em proporcionar a interação com a platéia e conscientizar seu público, não conseguiu nem ao menos capturar a atenção das estudantes.

Pode-se especular diversas razões para isto. A primeira, reflexo do contexto onde o coletivo se apresentava, é de que as estudantes simplesmente não estavam interessadas em receber informação ou interagir com performance do grupo naquele momento, elas estavam ali somente para se divertir entre elas e passar o tempo. É interessante ressaltar que antes da apresentação do Media Sana, enquanto curiosos se aglomeravam na entrada do estande do SESC, onde iria ocorrer a apresentação, a informação que era dada a quem manifestava interesse em entrar na tenda era de que em breve iria ocorrer uma apresentação de música eletrônica. Assim, grande parte do público presente foi levado a crer que iria assistir a um show de música tradicional.

Ainda que a desinformação do público possa explicar, em parte, a reação das estudantes – que possivelmente imaginaram entrar em uma situação celebratória e não crítica

–, o ocorrido ilustra como é fácil que pessoas não versadas na linguagem do grupo ou desinteressadas pelos temas abordados se sintam alienados nas performances do coletivo. Após a apresentação, Gabriel me informou que todo tipo de imprevistos já haviam ocorrido em performances do Media Sana, mas nada parecido com o incidente relatado. Já Kelly Lima, na entrevista no hotel, chamou atenção, no entanto, à preocupação específica do grupo em extrapolar o público já interessado nas questões da mídia ou acostumados com a estética do coletivo:

Isso é até uma coisa que me incomoda, ser uma coisa que só comove pessoas que estão relacionadas à comunicação, que estudam comunicação e dizem: “eita, mas isso que vocês tão fazendo é um negócio do caralho”. Lógico que é bom, quando alguém chega e diz que é bom, mas me incomoda só chegar a estas pessoas. A gente vive fazendo encontro e tal, de gente que trabalha com comunicação e quer fazer uma comunicação diferente. E me dá uma agonia, porque às vezes eu fico “meu deus, a gente fica só falando pras mesmas pessoas, a gente fica só entre a gente aqui conversando essas coisas”. E as outras pessoas?

Aqui pode se identificar um desafio às intenções do Media Sana ao tentar subverter os papéis dentro de um processo de comunicação. Para um público já informado quanto aos temas abordados pelo grupo, as apresentações do coletivo, mais do que se insinuarem como uma investida na reversão dos circuitos comunicacionais, podem terminar sendo apenas mais mediação para determinadas causas que, ritualizadas, não ultrapassam o universo conceitual. De modo que a amplitude destas mensagens se reduz em função de sua reprodutibilidade e falha em materializar a subversão dos meios de forma prática. Neste sentido, Gabriel observa que a interação e a participação do público é muito maior nas investidas do grupo nas ruas ou comunidades recifenses do que em ambientes em que predomina, segundo o integrante do coletivo, uma platéia “classe média”. Gabriel narra uma dessas experiências:

Em Garanhuns mesmo, a gente participou de um projeto de um artista plástico, numa boate fechada, um projeto futurista e coisa e tal... E aí tinha instalação, videoarte, galera falando sobre software, pá pá... e pô, uma galera que tá ali pra gandaia. E aí tem situações que a gente acaba a festa e tem situações que não, a galera dança e pula e depois vem falar com a gente: “massa!”. Mas tão na gandaia.

A “gandaia” a que Gabriel se refere não remete à pura e simples diversão, uma vez que o Media Sana não pretende ser sisudo em suas críticas e retirar o prazer de suas performances para se focar apenas na mensagem política. Mas, aquele público que, incapaz ou

desinteressado em estabelecer uma relação mais abrangente com as propostas do grupo – seja por já conhecer as questões suscitadas pelo coletivo ou por qualquer outro motivo – assume um papel mais tradicional de platéia e não se preocupa em aceitar ou mesmo entender o convite do coletivo a tomar uma posição mais ativa dentro de todo o processo. Assim, as propostas do Media Sana ficam presas ao horizonte conceitual. As apresentações se tornam meros objetos de consumo, o que abre as portas inclusive para a cooptação das práticas do coletivo pelo mercado das artes.

A relação do Media Sana com o campo artístico é conflituosa. Gabriel entende de forma pejorativa a relação da arte com o mercado, mas vê significados interessantes na sua vertente popular. Pode-se tomar então o Media Sana como uma manifestação de arte ou não? Para Kelly Lima, esse é uma contradição viva para o grupo:

É uma relação meio esquizofrênica. Às vezes me agrada ter essa coisa artística, porque ao mesmo tempo em que a gente fica “não, a gente não é artista”, a gente o tempo todo está querendo ser também. Me incomoda esse campo da arte fechado. Principalmente das artes plásticas, que tudo quer virar arte, mas acabam encastelando naquela concepção meio antiga. Eles tão sempre querendo quebrar, mas sempre voltando pro castelo. Mas eu gosto que seja artístico, fica sempre aquele “é não é”.

Gabriel explica seu ponto de vista:

Quando começou o Media Sana, começou na rua. A primeira vez que a gente tocou em espaço institucional foi no Centro Cultural Banco do Brasil. E aí rolou a proposta, tinha cachê e “vamos embora”, “vamos tocar lá”. E o curador veio falar: “olha, tão reclamando lá, que vocês tão falando mal de banco” e aí ele mesmo respondeu, “meu irmão, isso é arte, isso é arte!”. E aí é que tá, às vezes arte é um pretexto para você entrar nesses ambientes. Se a gente tivesse fazendo isso só como ação política, talvez já tivesse tido mais problema. Mas como é um trabalho artístico, já tem aquela flexibilidade maior.

A hipótese que Gabriel levanta é interessante e parece válida. Utilizar a legitimidade do campo artístico e sua liberdade de experimentação para levar adiante questionamentos sociais e culturais, sem fidelidade ao círculo das artes, talvez explique a relação de alguns grupos de ativismo de mídia em relação à arte. Todavia, o risco de limitar o acesso ao trabalho do coletivo a um público de especialistas – e que, por conseguinte, seus temas sejam auto-ritualizados e fiquem presos na arena conceitual – torna-se ainda mais pungente. Frente a esta perspectiva, Gabriel valoriza as ações na rua: “Neste sentido, eu acho que é importante pra gente, até pelas experiências que a gente teve, de manter essas coisas na rua, porque é

exatamente o outro lado. E são as coisas mais divertidas. É engraçado. A gente sai de lá mais instigado.”

Para Gabriel, são as apresentações em praça pública ou nas comunidades que mais materializam a proposta de inversão dos papéis no processo comunicativo. O integrante do coletivo acredita que a interatividade que o grupo busca por em prática nas ruas é análogo à participação do público que a internet propiciou:

Eu vejo que de certa maneira a gente traz para esse ambiente analógico uma prática que tá rolando mais em internet. Das pessoas mudarem a cultura de consumo e entretenimento, mesmo. Já é um movimento mundial, gradativamente as pessoas estão deixando de assistir TV e navegando na internet como forma de lazer. E é uma experiência completamente diferente. Não é tão centralizado, as opções são infinitas, você participa muito mais... E aí eu acho que é esse tipo de relação na internet que a gente traz pras pessoas para um ambiente analógico, de rua e tal. Como se as pessoas pudessem estar fazendo mesmo ali, né? Então, tem essa quebra também. As pessoas estão acostumadas a ver televisão passivamente e tal, e aí tem a parte de conteúdo, que contesta isso e tem a coisa de quebrar com o hábito. Você também participa, você também pode virar apresentador na hora e tal. Então já dá uma mexida prática naquilo que muitas vezes é só conceitual.

Ainda que estas ações apontem uma inversão, ou ao menos um equilíbrio de poder, entre receptores e produtores de mídia, esta é temporária. É difícil imaginar que mesmo o coletivo acredite que suas inserções no cotidiano da população sejam mais do que uma provocação, ou que se configure como uma proposta concreta de autonomização dos consumidores de mídia, como alternativas viáveis a cultura de consumo. Kelly enxerga o trabalho do Media Sana como um “trabalho de formiguinha” e se atenta a resultados muito mais pontuais. Neste sentido, ela se refere ao projeto Eco-Mídia, que envolveu a visita do coletivo a 14 comunidades menos favorecidas da região metropolitana de Recife, onde o grupo fez apresentações com a temática da ecologia.

No Eco-Mídia, foi muito legal porque foi só com essa temática. E aí Queops foi e pegou entrevistas nos locais onde a gente ia se apresentar. E aí eles assistiam o vídeo e tinha um depoimento de um jornalista, de uma pessoa que apareceu na televisão, e logo em seguida, tinham depoimentos deles, também falando ali, igualando-os. Não existia essa distância, né? Eles viam ali que o que eles falavam era tão importante, era tão legítimo quanto o cara da televisão. E o impacto que isso tinha nas pessoas era muito grande, até de auto-estima mesmo, de dar valor para o que você pensa.

“Termina legitimando, né? Uma ferramenta, uma mediação, termina mudando a visão da pessoa sobre a estória”, completa Gabriel. Neste sentido, pergunto ao coletivo até que ponto os meios de comunicação podem ser fator de mudança social. Segundo Kelly:

Eu acho que na mudança de consciência, né? Porque a partir do momento em que você cria consciência, é o primeiro passo para a ação. Se você não tem consciência, como é que vai partir para a prática? A partir do momento em que você toma consciência, sua vida muda, até no trabalho, nas suas relações. Você não vai fazer seu trabalho sem pensar no impacto que aquilo está causando nas pessoas. Isso acontece muito no campo de publicidade, comunicação, enfim. Você não pode chegar e falar qualquer coisa. É preciso ter responsabilidade sobre aquilo que se produz. Não se eximir da responsabilidade. Qualquer tipo de trabalho que você for fazer, tem uma responsabilidade sobre aquilo.

A afirmação de Kelly aproxima a discussão sobre as intenções e posicionamentos políticos do grupo. Questiono o coletivo sobre a possibilidade de as políticas culturais e midiáticas, distantes da política institucional, onde as decisões são tomadas, não terem uma verdadeira influência nas relações de poder vigentes, ou pior, serem contraprodutivas, criando novos nichos de mercado, em que o “consumo consciente” apregoado pelo Media Sana é transformado apenas em mais um segmento de consumo, altamente diferenciado, e por isso mesmo mais custoso, assim alimentando ainda mais o sistema que gera as injustiças que o coletivo busca denunciar. Kelly sugere que esta possibilidade não passa despercebida pelo grupo, mas ao mesmo tempo, este risco é trocado pela possibilidade de ação: “eu penso muito nisso, mas qual a opção que você tem? Porque você não vai conseguir mudar o mundo, você vai se adequar a ele?”, diz ela. Gabriel complementa:

Você muda algumas realidades, né? Eu particularmente, por exemplo, acho comunismo, socialismo, muito interessante, mas é uma abstração. Eu não vejo que os problemas do mundo estejam no sistema econômico. Uma das frases mais conscientes que eu vi nas listas de discussão do pessoal, foi o Cyrano, do MetaReciclagem, que falou: “transformação social é transformação pessoal”. Pra mim é basicamente isso, se você se transforma, muitas vezes você transforma também quem está ao seu lado também. E aí, às vezes, você já faz algo que é um diferencial. Por exemplo, eu gostaria muito mais de estar trabalhando com o Media Sana e sobrevivendo do Media Sana, porque é um trabalho, tudo bem, de entretenimento, mas a gente tá passando informação que transforma, do que eu estar ganhando grana fazendo jingle pra vender alguma coisa. Pra mim tem um diferencial muito grande aí.

Na declaração de Gabriel, encontram-se algumas senhas para se entender as crenças políticas que atuam como força motriz para as ações de diversas manifestações de ativismo de mídia contemporâneas. O primeiro aspecto se revela na incapacidade – seja por uma tácita recusa, seja pela falta de articulação conceitual – destas iniciativas de formularem ou abraçarem um projeto consistente de transformação social. Disto resulta a dificuldade em caracterizar estas ações em categorias rígidas como anticapitalistas ou de esquerda. Cabral (2007) identifica uma “ausência de ideologias ou diretrizes políticas mais definidas que determinem os caminhos da produção teórica e prática” destas atividades, assim como percebe em seus promotores uma recusa em “admitir uma interpretação de si como líder de um processo de transformação social”. Sugiro, no entanto, que é justamente em decorrência do fracasso daqueles que assumiram tal liderança e da falência das diretrizes ideológicas anteriores, que nascem iniciativas como as do coletivo Media Sana. Uma vez que estes ativistas vêem a possibilidade de uma “revolução” – num sentido ortodoxo – efetivamente bloqueada, senão contraprodutiva, optam por ações localizadas, uma “política do possível”.

Jordan (2002) acredita que, frente ao declínio de autoridades morais, novas formas de ativismo assumem a função de prover valores morais e os movimentos sociais se tornam fontes de visões éticas. Disto surge o segundo aspecto relevante ao se considerar o posicionamento político de manifestações como as do coletivo Media Sana, a ênfase na transformação pessoal, nas políticas subjetivas ou naquilo que Guattari chama de micropolítica. Tal deslocamento corrobora com a identificação, feita por Best e Kellner (1998), de uma fragmentação dos grandes projetos políticos da modernidade:

A ênfase moderna na luta coletiva, solidariedade e alianças políticas deram lugar a uma extrema fragmentação, em que o movimento dos anos 1960 se estilhaçou em diversas lutas por direitos e liberdade. A ênfase anterior na transformação da esfera pública e das instituições de dominação deu lugar a uma nova ênfase na cultura, na identidade pessoal e no cotidiano, em que as macropolíticas foram substituídas por micropolíticas de transformação local e subjetiva.

Os autores americanos não negam o potencial político destas novas modalidades de protesto. No entanto, questionam se a ênfase nas lutas locais e cotidianas não seria um fechar de olhos para alguns dos grandes alvos da política moderna, que continuam a oprimir e exercer poder, como o capital, o estado, o imperialismo e o patriarcalismo. Ressaltam ainda o risco de estas manifestações, sem uma ênfase sistema na transformação da sociedade como

um todo, degenerarem-se em uma espécie de “terapia ocupacional”. Neste sentido, é interessante recuperar, porém, à oposição feita por Jordan (2002) entre transgressão e reforma. Para o autor, a transgressão não se configura a partir do objetivo de mudar todas as estruturas e instituições sociais simultaneamente, mas “na identificação de problemas com pelo menos uma instituição ou estrutura social de tal magnitude, que eles não podem ser resolvidos dentro daquela instituição ou estrutura” (id. *ibid.*:37).

Se, de fato, o Media Sana ou todas as outras iniciativas analisadas aqui, não se identificam ou ambicionam assumir a função de agentes ativos em uma transformação total e sistêmica da sociedade, a dificuldade de seus integrantes em adotarem projetos desta natureza não reflete uma resignação dos seus atores em reforçar as estruturas e instituições sociais existentes. Muito pelo contrário, de forma específica, principalmente em relação aos meios de comunicação e ao sistema midiático em geral, estes ativistas não só buscam denunciar injustiças e desigualdades, como procuram experimentar configurações alternativas e novos modos de distribuição de poder na prática.

Pergunto a Gabriel se o Media Sana pode ser considerado uma manifestação de ativismo ou ativismo de mídia. Ainda que demonstre um posicionamento cético e desinteressado quanto a este tipo de definições, o integrante do coletivo responde que “vai ser sempre uma questão de foco. Se o foco for nossas temáticas acho que sim, mas por outro lado existe aquela convivência com o mercado de shows e, ao menos conceitualmente, isso parece se contradizer com o que o senso comum chama de ativismo.”

Os integrantes do Media Sana já especularam sobre a possibilidade de abandonarem o formato de coletivo ou banda e se tornarem uma organização não governamental, dando mais ênfase ao trabalho social praticado pelo grupo. No entanto, a perspectiva de deixar de lado o aspecto musical e artístico do coletivo e a burocracia envolvida para esta transformação se combinaram para enfraquecer este projeto. Os próprios integrantes do grupo sugerem, hoje, em um movimento contrário, uma espécie de profissionalização do Media Sana. Assim, revela-se uma nova questão sobre o grupo, relacionada imediatamente a sustentabilidade do coletivo.

As apresentações do grupo na rua e suas inserções em projetos sociais se dão de forma voluntariada. Em projetos específicos, como a Caravana da Comunicação e o Eco-Mídia, o coletivo recebeu apoio de instituições governamentais. Citam, inclusive, a burocracia como motivo para que estes projetos tenham sido todos aglutinados no ano de 2005. Gabriel diz que ainda há uma “ressaca burocrática” destes projetos e afirma que até hoje ainda estão

organizando notas para prestação de contas. Além disso, por tomar mais tempo, estes projetos provocam um esgotamento físico e financeiro nos integrantes do grupo, que terminam por deixar de lado a vida profissional. Em alguns eventos e festivais, por outro lado, o grupo recebe cachê. Gabriel explica que nenhum dos integrantes vive às custas do Media Sana, mas que gostariam de tornar esta situação uma possibilidade.

Neste sentido é interessante notar que o grupo já participou de festivais de música eletrônica e outros eventos com patrocínio de bancos e corporações multinacionais com artistas comerciais. A contradição aparente é explicada por Gabriel como uma maneira de sustentar o trabalho do grupo e atingir um público diferente:

A maior parte da grana que conseguimos vêm de cachês de apresentações, que termina viabilizando as apresentações voluntárias e colaborativas. Em nossas discussões já surgiram questionamentos do tipo: por que o público destes eventos não podem ter acesso ao nosso trabalho, às informações e questionamentos que levantamos? Não seria exatamente este público que precisaria ver nossa apresentação?

No entanto, o integrante do coletivo enxerga uma impossibilidade do grupo se aproximar a indústria fonográfica, pois os *samples* utilizados pelo Media Sana causariam entraves econômicos e jurídicos ao grupo. A profissionalização do coletivo, todavia, não é enxergada de forma negativa. Gabriel diz que, “pessoalmente, posso dizer que gostaria muito de poder dedicar a maior parte do meu tempo nisso, ao invés de estar gravando, mixando ou produzindo o trabalho de terceiros, ou até coisa pior como fazer um jingle publicitário.” A aposta do integrante do grupo reside na sua transformação pessoal e na sua crença de que as informações transmitidas pelo Media Sana e a interação praticada pelo coletivo com o público em suas performances demarcam um avanço nas práticas cidadãs, tanto dos integrantes do grupo, quanto de seu público.

Questionado sobre a eficácia deste projeto, Gabriel afirma ser difícil medir o impacto do Media Sana. “Temos *feedbacks* pontuais. Só um trabalho muito burocrático, extensivo e longo pra poder chegar a um resultado. Como mapear o imaginário coletivo e as preponderâncias dentro dele?”, diz o integrante do grupo. E, de fato, quantificar os resultados do “trabalho de formiguinha” do coletivo talvez seja quase impossível. E, no entanto, sem sombra de dúvidas, as práticas do Media Sana apontam para uma nova forma de protesto e de produção cultural, em que os meios de comunicação, simultaneamente, são problematizados e

utilizados de modo alternativo na busca por uma distribuição mais justa do poder midiático e por uma sociedade mais atenta aos seus desequilíbrios e fragilidades.

4.2 Poro: ocupação poética dos espaços

Em 2002, num congresso da União Nacional dos Estudantes (UNE) sediado em Recife, cédulas monetárias que circulavam pelo evento apresentavam um carimbo onde se lia em letras maiúsculas “FMI”; circundando a sigla da instituição financeira mundial, em letras menores, o epíteto: “Fome e Miséria Internacional”. No ano seguinte, novas cédulas com o selo foram espalhadas em outro encontro de política estudantil, desta vez em São Paulo. Notas marcadas circularam, ainda, em festas estudantis em Belo Horizonte; em vários outros momentos cotidianos, em uma mesa de bar ou em uma roda de amigos, por exemplo, mais cédulas foram carimbadas e disseminadas. Uma versão em espanhol do carimbo do FMI foi feita na Argentina e chegou a outros países da América Latina. Logo, o dinheiro se transformou também em um meio de crítica à instituição financeira mundial e suas intervenções em economias domésticas em outros países.

No entanto, o que pode ser encarado como apenas uma forma particular, cotidiana e criativa de protestar contra o regime econômico defendido pelo Fundo Monetário Internacional nos países subdesenvolvidos é também uma revisitação das propostas artísticas de Cildo Meireles, que, nos anos 1970, estimulou as pessoas a deixarem informações, comentários e críticas no dinheiro manuseado no dia-a-dia. Meireles, preocupado em se inserir naquilo que identificou como “circuitos ideológicos”⁸⁶, também carimbou muitas notas. Em plena ditadura militar, colocou em circulação cédulas com a pergunta “Quem matou Wladimir Herzog?”, entre outros dizeres.

O carimbo do FMI é uma iniciativa de coletivo de arte Poro, formado na capital mineira por volta de 2002 pela dupla Marcelo Terça-Nada, fotógrafo e webdesigner, e Brigida Campbel, designer gráfica e ilustradora, que anteriormente participavam de outro coletivo, o GRUPO, originado na Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais. Desde a sua constituição, o Poro tem produzido intervenções urbanas das mais variadas espécies, em

⁸⁶ A intenção de Meireles era criar um sistema de trocas de informação que “se opusesse ao da imprensa, do rádio, da televisão, exemplos típicos de media que atingem de fato um público imenso, mas em cujo sistema de circulação está sempre presente um determinado controle e um determinado afunilamento da inserção” (Meireles, 1981).

que o foco principal no espaço público é trabalhado em atividades de cunho efêmero e que se fazem valer dos meios de comunicação.

Um dos mais ativos grupos de intervenção urbana no país, o nome do Poro surgiu repetidamente em minhas buscas por manifestações de crítica cultural e política por meio da mídia. Meu primeiro contato com o grupo se deu através do seu *site*⁸⁷, que me ofereceu um razoável volume de material para esta análise. Não atualizado desde 2005, a não ser por pequenas notícias em sua página principal, o endereço eletrônico abriga uma breve descrição do Poro e um histórico de suas atividades, onde exatas 37 ações e participações em eventos entre 2002 e 2005 estão listadas. Oferece também um catálogo do coletivo, resultado de uma exposição em uma galeria em Belo Horizonte, ocorrida entre os dias 24 de abril a 15 de maio de 2005, em comemoração pelos seus três anos de atividade. Ainda há, no *site*, uma seção dedicada a vídeos produzidos pela dupla, uma coletânea de textos sobre coletivos de arte e intervenção urbana e uma página destinada a oferecer arquivos para *download*, entre eles a matriz com a imagem do carimbo FMI, além de outros gráficos utilizados pelo Poro em suas intervenções e que podem ser baixados e reproduzidos pelos visitantes do endereço eletrônico.

Para esta análise, instrumentei-me também de vários relatos noticiosos sobre o Poro (Monachesi, 2004; Pereira, 2005; Rosa, 2006), assim como uma entrevista feita com a dupla por *e-mail*. Após um contato inicial, Marcelo Terça-Nada me enviou material sobre o grupo: entrevistas respondidas anteriormente, textos que figuram no catálogo do grupo e um artigo seu publicado na revista *online* Etcetera. Mande-i-lhe um questionário, que, segundo Marcelo, foi respondido conjuntamente com Brigida Campbell. Apesar de não poder verificar a veracidade desta informação, as respostas deste questionário reproduzidas aqui são, por este motivo, atribuídas à dupla.

Entre as iniciativas analisadas durante esta pesquisa, as atividades do Poro talvez sejam as que se mostrem mais inadequadas para serem identificadas sob o termo ativismo de mídia. Pelo lado político, se a noção de ativismo talvez tenha emergido para atenuar a sisudez política do termo “militância”, como conjectura Assis (2005), caracterizar as práticas do Poro como ativistas podem ainda levar a crer a existência de um discurso crítico incisivo que não se vislumbra nas ações do grupo. Se, como foi apontado anteriormente, o Media Sana não acredita ser tão afirmativo em suas asserções, já que simplesmente reorganiza as informações recebidas pela televisão e a partir de uma colagem destas mensagens cria um questionamento

⁸⁷ <http://poro.redezero.org/>.

sobre o discurso televisivo, o Poro é ainda mais sutil, ao apelar, na maioria das vezes, para o aspecto afetivo e sensitivo e não para o discurso verbal. Contudo, como pretendo demonstrar, a crítica ao sistema (econômico, social, simbólico) vigente está presente nos trabalhos do Poro de uma forma oblíqua, por vezes poética ou suavemente irônica, da mesma maneira em que são experimentais e efêmeras as alternativas propostas pelo coletivo a estes sistemas.

A mídia também possui um lugar secundário nas práticas do grupo, se comparada à centralidade que assume nas outras manifestações analisadas. Não há muitos pontos de contato, seja em forma de crítica ou proposta de alternativas, entre o trabalho do Poro e a chamada grande mídia. A reflexividade sobre os meios de comunicação proporcionada por outras iniciativas do ativismo de mídia, principalmente em relação às novas tecnologias, também cede espaço à problematização do espaço público. Todavia, neste deslocamento está em jogo um fenômeno sem dúvida comunicacional – para o Poro e para inúmeros coletivos de intervenção urbana, o campo de atuação é o dia-a-dia da urbe; a cidade é entendida sempre como um lugar de diálogo, de troca de experiência e de afeto com o outro. Assim, os meios de comunicação que o coletivo utiliza são aqueles mais enraizados no cotidiano: carimbos, panfletos, cartazes, lambe-lambes e *outdoors*. Há ainda a transformação de objetos cotidianos, cédulas monetárias e camisetas, por exemplo, em mídias, mas é a própria concepção da cidade como lugar de experiência comunicacional que as atividades da dupla sugerem, como se o grupo incorporasse e pretendesse potencializar a polifonia citadina que Canevacci (1993) acredita permear o tecido urbano.

O Poro enumera seis objetivos para suas ações, que por si só já servem para demonstrar a caracterização feita acima: 1) apontar sutilezas; 2) criar imagens poéticas; 3) trazer à tona aspectos da cidade que se tornam invisíveis pela vida acelerada nos grandes centros urbanos; 4) estabelecer discussões sobre problemas da cidade (falta de cor, crescimento não sustentável, concreto/vegetação etc); 5) refletir sobre as possibilidades de relação entre os trabalhos em espaço público e os espaços expositivos "institucionais" como galerias, museus etc.; e 6) reivindicar a cidade como espaço para a arte (Poro, 2005).

Com este espírito, diversos trabalhos foram desenvolvidos. Em uma ação semelhante à distribuição de cédulas monetárias com o carimbo do FMI, o Poro colocou em prática o projeto “Propaganda política dá lucro!!!”. Nos períodos eleitorais de 2002 e 2004, o coletivo confeccionou um santinho tipográfico que anunciava o “Curso Profissionalizante Cara-de-pau”, que prometia formar publicitários *free-lance*, em apenas uma semana, para trabalharem com marketing político nas eleições. O panfleto anunciava até mesmo a ementa do curso, que

incluía entre seus tópicos: “como vencer uma discussão sem precisar ter razão” e “estratégias de sonegação fiscal e superfaturamento de orçamentos”. Além de ironizar as táticas ambíguas que tomaram conta da propaganda política, o santinho ainda pretendia satirizar a promessa de emprego fácil por meio de cursos charlatões oferecida em anúncios semelhantes distribuídos nas esquinas de várias cidades brasileiras. Distribuído em locais públicos e em situações como palestras, filas e pontos de ônibus, o panfleto foi ainda afixado em quadros de aviso, paredes de bar, bancas de jornal e galerias de arte. Foi colocado junto aos demais *folders*, *flyers* e cartões de divulgação em cinemas, centros culturais e outros lugares que dedicam um espaço para a oferta de anúncios desse tipo. Finalmente, foi digitalizado e distribuído pela internet por *e-mail*, em uma tentativa de se criar uma espécie de corrente.

Nos mesmos moldes, em 2004, foi desenvolvido o projeto “Por uma cidade sustentável”, em que uma série de cartazes com diferentes textos que abordavam a sustentabilidade das cidades foi colada sobre anúncios publicitários. Já no Fórum Social Mundial do mesmo ano, o grupo produziu camisetas com uma paródia do *slogan* da corporação agrícola multinacional Monsanto, uma das maiores responsáveis pela disseminação de sementes transgênicas no mundo. O epíteto escolhido pela empresa continha apenas o verbo “Imagine” (provavelmente associando suas práticas de adulteração genética das sementes à construção de um possível futuro melhor); a camiseta produzida pelo Poro continha os dizeres “Imagine... um mundo onde as sementes já nascem mortas... Este mundo é patrocinado pela Mon\$anto” (agregando ao *slogan* da empresa o fato de que suas sementes geneticamente modificadas eram estéreis).

Também próxima às práticas de *culture jamming* no exterior, que têm como foco principal a publicidade e as marcas das grandes corporações, foi a campanha “Arranque a etiqueta da sua roupa”. Neste caso, um adesivo foi criado e colado em diversos locais contendo a proposta de que as pessoas cortassem as etiquetas de roupas de grifes famosas. A dupla salienta que o melhor resultado da ação foi numa festa em um centro cultural em Salvador, na Bahia, em que, junto ao adesivo, foi afixada uma tesoura para que as pessoas que quisessem arrancar as etiquetas de suas roupas, cortassem-nas ali mesmo.

O uso do humor e da paródia nos trabalhos do Poro, mesmo que de modo singelo, apontam para a mesma lógica bakhtiniana de carnavalização que caracteriza a reciclagem midiática posta em prática pelo Media Sana. Opera-se, nos dois grupos, uma tentativa de recodificar os signos culturais, não para oferecer um outro sentido dominante, uma verdade “mais justa”, mas para abrir diferentes possibilidades de interpretação. Assim como o coletivo

multimídia de Pernambuco, a dupla mineira pretende produzir inquietação e transformar aquilo que era dado como natural em momentos de reflexão. No entanto, este deslocamento não se dá somente por meio de paródias de *slogans* de corporações multinacionais ou santinhos. Ao mesmo tempo em que o Poro investe esforços nestes tipos de empreitadas, também atua em intervenções de maior cunho poético, em que a experiência urbana se torna objeto de questionamento de modo mais sensível e abstrato.

Assim, em 2004, com o objetivo de “salpicar um pouco de poesia” aos transeuntes da cidade de Belo Horizonte, o coletivo produziu centenas de rosas de papel celofane vermelho e plantou-as em um canteiro abandonado em uma das principais avenidas da cidade. No mesmo ano, o grupo criou uma “enxurrada de letras” nas ruas do bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro, ao espalhar letras feitas com papel cartolina como se elas estivessem escorrendo de canos e escoadouros de água por mais de trinta pontos do bairro. Entre os anos de 2003 e 2004, o Poro realizou também o trabalho “Cor e Imagem”, que consistia na afixação de cartazes de cores fortes e fluorescentes, ora com os dizeres “cor”, ora com a palavra “imagem”, em locais que o coletivo julgou serem paisagens descoloridas e abandonadas.

Além destas intervenções, outras ações ainda poderiam ser listadas: da afixação de interruptores de luz impressos em papel nos postes de iluminação pública até folhas retiradas de árvores, que, após serem pintadas de dourado, imitando ouro, eram devolvidas à vegetação local. Para Melendi (2005), estas atividades visam, primordialmente, “uma religação afetiva com os espaços degradados ou abandonados da cidade, com o que foi expulso, apagado ou esquecido na afirmação dos novos centros.”

Se as práticas corporativas, a publicidade, as marcas e a propaganda política encontram lugar entre os temas abordados pelo Poro, o motivo é, ao menos em parte, pela influente presença destas questões no cotidiano urbano. A cidade é o maior foco de atenção e atuação do grupo. Segundo o integrante do Poro Marcelo Terça-Nada (2005), as ruas atraem o coletivo por diversos motivos:

O fato de que as pessoas podem se relacionar diretamente com o trabalho sem que nenhum aparato esteja o definindo como arte é um deles. Outro, seria o de que o trabalho, ao estar na rua, ganha autonomia e passa a estar sujeito à interferências e apropriações dos passantes. Um terceiro fator é que podemos fazer os trabalhos de forma autogestionada, sem depender do aval de nenhuma instituição que nos conceda espaço para a veiculação dos trabalhos – nos basta definir a proposta, nos organizarmos, dividir os custos e... fazê-lo.

Mas a atuação do coletivo nas ruas não é um mero exercício artístico. O Poro explica que “muito nos incomoda o fato de que tudo hoje em dia vira ‘mídia’ para a publicidade – há propaganda num número cada vez maior de lugares: nos postes de iluminação, dentro dos ônibus, na mesa do bar, no guardanapo de papel”. A partir daí, a dupla sustenta a possibilidade de que suas intervenções trabalhem a favor de uma retomada do espaço público frente à invasão publicitária no dia-a-dia: “o espaço simbólico das cidades não pode ficar nas mãos da publicidade, que utiliza o espaço público como se fosse um espaço privado”, explica o coletivo, ao justificar suas ações.

Porém, ao mesmo tempo em que o Poro se posiciona como uma espécie de antídoto possível contra a cada vez mais invasiva propaganda, o próprio grupo se vale das mesmas estratégias midiáticas em seus trabalhos. De acordo com Terça-Nada, todavia, a proposta ao utilizar estes meios é ressignificá-los e possibilitar a replicação das intervenções do coletivo:

Há uma vontade e uma atitude no Poro (...) de disseminar os trabalhos, de fazer as idéias circularem, de pensar os meios como forma de expressão. Para isso utilizamos meios de comunicação de baixo custo, como: carimbo, adesivo, lambe-lambe, camisetas e panfletos tipo milheiro. Fazer trabalhos críticos utilizando esses meios é uma forma de re-significá-los. Além de permitir que os trabalhos possam ser distribuídos/inseridos em diversos ambientes, indo desde instituições culturais até muros da cidade, desde a casa de um amigo até um telefone público ou um quadro de aviso de padaria. Por se tratarem de múltiplos, os trabalhos podem ser compartilhados, de modo que outras pessoas também os utilizem ou possam difundi-los. A possibilidade de que o trabalho possa ser multiplicado a partir de sua matriz permite que trabalhos simples do ponto de vista material, como um panfletinho, consiga um grande alcance, chegando até muitas pessoas em diferentes pontos do país (Terça-Nada, 2005).

É principalmente a partir da utilização destas mídias de baixo custo – celebradas pelos promotores da mídia tática, como demonstrado no capítulo anterior – que o Poro potencializa o caráter participativo de suas intervenções. A maioria dos panfletos, carimbos e adesivos produzidos pelo grupo está disponibilizada para *download* em seu *site*, numa demonstração de que o coletivo não tem intenção em resguardar a autoria de suas ações. Pergunto, então, se pretendem incentivar aqueles que entram em contato com suas intervenções o desejo de ocuparem os espaços e interagirem, também, com o agitado cotidiano da cidade de maneira lúdica. De acordo com o coletivo:

Como trabalhamos com fatos multiplicáveis, idéias que usam materiais baratos, gostamos de incentivar as pessoas a fazerem também alguma forma de intervenção no cotidiano, seria essa uma maneira de pensar que arte não é

algo distante de nós, mas faz parte das manifestações humanas. Interessa-nos mesmo deixar esse convite no ar, dar uma espetada e abrir possibilidades.

A afirmação do grupo atenta, porém, a um outro tipo de questionamento, referente à recepção do “público” frente às intervenções do Poro. Ao refletir sobre o trabalho “Imagem e cor”, Marcos Hill (2005), professor da Escola de Belas Artes da UFMG, indaga:

Quem terá visto essa intervenção quase silenciosa? O que terá pensado sobre cor e imagem em meio ao stress cotidiano das dívidas e da sobrevivência? O importante é perceber como o PORO realimenta-se destas inúmeras possibilidades improváveis, ampliando sua capacidade poética de desviar o enfadonho ritmo do dia-a-dia anonimamente. Através da natureza desviante de estímulos inusitados, inventam oportunidades aleatórias que ampliam a sensorialidade.

Contudo, não há uma forma de averiguar a afirmação de Hill senão observando a reação do público *in locus*, nos efêmeros momentos em que duram as intervenções. De acordo com o Poro, principalmente em seus trabalhos na rua, não existe um público específico para suas interferências. “Qualquer pessoa com um olhar mais atento é bem vinda como público”, assume a dupla. Confrontada com a questão de como conquistar espaço em uma cidade cada vez saturada de informações, o coletivo responde que “talvez a resposta seja ‘pescar’ alguma atenção, um deslocamento momentâneo e silencioso do olhar”. Neste caso, entretanto, o deslocamento que o Poro pretende é dotado de tamanha leveza que se torna difícil imaginar um método para verificar se seus objetivos são realmente atingidos.

De qualquer forma, a luta contra o excesso de informações no cotidiano é um desafio que não só o Poro, mas também outros coletivos de intervenção urbana são obrigados a enfrentar. Fosse o interesse, aqui, mensurar de maneira específica a eficácia destas manifestações, seria imperativo questionar se as intervenções de grupos como Poro são capazes de romper a desmedida profusão de estímulos sensitivos a que o cidadão está entregue nas maiores cidades brasileiras, ou se, ao contrário, apenas se juntam a estes estímulos e se perdem na confusão diária.

Neste sentido, é interessante recuperar uma situação descrita pelo artista plástico Eduardo Moutinho a Cabral (2007). Segundo ele, ao tentar colar cartazes pela cidade do Rio de Janeiro, descobriu uma verdadeira “máfia dos muros” na cidade carioca. Assim, pouco tempo após afixar seus trabalhos em locais públicos, eles já haviam sido tampados por cartazes publicitários, uma vez que um grupo de indivíduos possuía “o domínio da área” e só permitiam que outros cartazes fossem colados nestes locais se eles fossem remunerados.

Como conclui Cabral (ibid.), situações como essa demonstram como é frágil o projeto de ocupar uma cidade.

O Poro, todavia, é consciente da dificuldade de colocar em prática este projeto. Ainda no tópico sobre a recepção de suas intervenções, o coletivo reconhece que a maioria do público toma conhecimento dos seus trabalhos através dos registros das ações, divulgados posteriormente em outros meios, como por exemplo, o próprio *site* do grupo⁸⁸. Neste momento, porém, o Poro entra em uma contradição: ao mesmo tempo em que afirmam querer criar, com seus trabalhos, uma relação entre as pessoas e entre as pessoas e a cidade, a dupla desqualifica o momento de recepção, ao admitir e relativizar o fato de que a maioria do seu público só tem acesso aos registros de suas ações:

Em geral podemos dizer que quando realizamos o trabalho na rua, não estamos preocupados em direcionar uma leitura do trabalho, nem mesmo estamos preocupados se o trabalho vai ser visto ali na hora, como diria Artur Barrio: o que importa é construir a obra que existirá mesmo que ninguém a veja. Sabemos também que na maioria das vezes nosso trabalho é observado posteriormente através dos registros que fazemos e circulamos. Isso é interessante pois essas pessoas vão ter outras reações ao trabalho diferente daquelas que viram o mesmo na rua.

Seria legítimo questionar o grupo como é possível “criar uma relação entre as pessoas” sem que ninguém veja a ação que tinha exatamente este objetivo. A contradição no discurso do Poro, contudo, pode ser interpretada, pelo menos, de duas maneiras. A primeira, já presente nas práticas do Media Sana, reflete a dificuldade dos grupos de ativismo de mídia em lidar com linguagens complexas, muitas vezes com entendimento restrito a um campo de especialistas, para, ao invés de ritualizá-las dentro de um nicho, transformá-las em ferramentas de questionamento da construção do imaginário coletivo ou mesmo na busca por transformações sociais. Assim, o que se pretende participativo pode rapidamente se converter, involuntariamente, em algo elitista e hermético. A segunda forma de interpretar o posicionamento do grupo é entendê-lo como uma luta interna entre a intenção do Poro de dar às suas atividades um significado social para além daquele cultivado pelo sistema da arte e os

⁸⁸ Aliás, talvez seja como instrumento de divulgação que as novas tecnologias mais se façam relevantes na atividade do coletivo. O caráter descentralizado da internet, em que não há dependência de nenhum grande veículo de mídia para fazer os trabalhos do Poro circularem, seu caráter aleatório, em que os mais diferentes tipos de público encontram o *site* – através de *links* ou de sistemas de busca – e, principalmente, o baixo custo de manutenção de uma publicação *online* são algumas das vantagens enumeradas pelo coletivo para a utilização da internet como meio de divulgação.

vícios de um trabalho artístico ainda não totalmente desvencilhado – talvez até conscientemente – das convenções deste mesmo sistema.

Ao contrário de outras manifestações de ativismo de mídia, que agregam a arte como um horizonte de atuação possível, mas não fundamental, as iniciativas do Poro partem do campo artístico para reverberar suas posições políticas e pôr em prática a tentativa de ressignificar os meios de comunicação. Entretanto, a concepção de arte que emana dos trabalhos do Poro não se enquadra, pelo menos de imediato, nas obras de arte que preenchem galerias e museus e convidam o público à contemplação. Pelo contrário, como afirma em seu *site*, o coletivo acredita em uma arte que “crie relações entre pessoas” – ou seja, uma arte que seja, fundamentalmente comunicativa e participativa.

A dupla não identifica uma motivação inicial clara para suas atividades. Citam apenas uma vontade de todo artista de dividir com os outros sua maneira de perceber e interagir com o mundo; ressaltam, ainda, que não há uma preocupação central em suas ações. Quando perguntados qual a motivação principal por trás das intervenções urbanas praticadas pela dupla, respondem:

Nossos trabalhos são recortes de várias realidades que percebemos ou criamos. E ele então passa a ser essa ponte que pretende mostrar alguns pontos de conflitos que existem em várias esferas, no campo político, ético, poético, ou mesmo da alimentação, da natureza, etc. Nesse sentido nosso trabalho é bem diverso. Nossas preocupações são nômades, e transitam em inúmeros espaços.

Em outro momento, Terça-Nada (2005) afirma que a intenção do Poro é levantar questões sobre os problemas da cidade e realizar “uma ocupação poética dos espaços”. Segundo o artista: “acreditamos que a cidade deve ser cada vez mais reivindicada como espaço para a arte. Através de nossas ações, tentamos problematizar a relação das pessoas com a arte, a relação das pessoas com a cidade e a relação da arte com a vida.” A noção de uma arte que se volta para a vida, em contraposição com a arte voltada para si mesma, é um projeto que, de acordo com o teórico alemão Peter Bürger (1984), teria se iniciado a partir das manifestações das vanguardas históricas européias, cujo objetivo era reintegrar a arte no contexto cotidiano. Para o autor, foi neste período em que se tornou possível a identificação e a crítica da arte como uma instituição, autonomizada da vida.

Burgüer (ibid.) sugere que os movimentos de vanguarda europeus do início do século podem ser definidos como um ataque ao estatuto da arte na sociedade burguesa. Não como uma negação de uma forma anterior de arte – ou seja, um estilo – nem como uma demanda de

que as obras de arte devessem ser socialmente significantes, pois o que as vanguardas históricas colocavam em jogo não se relacionava com o conteúdo de trabalhos individuais. Para o autor, a crítica das vanguardas históricas se direcionava à maneira como a arte funcionava na sociedade, ou seja, seu efeito social.

Em diálogo com Bürger, Hal Foster (1996) observa que os movimentos de vanguarda europeus não eram uma negação abstrata da arte ou uma reconciliação romântica com a vida, mas um perpétuo testar das convenções da arte e da vida. O autor americano acredita que as vanguardas históricas oferecem inúmeras maneiras de entendimento. Algumas delas contraditórias: podem ser encaradas como herméticas e elitistas, ao mesmo tempo em que é possível identificar em suas ações uma aspiração à consciência crítica e uma ideologia progressista. De acordo com Foster (ibid.), no entanto, é na sua decodificação em termos de articulações entre o pólo artístico e os pólos políticos resistentes e/ou alternativos, que a maior contribuição das vanguardas históricas se faz notar.

Ao contrário de Bürger (1984), que via nas neovanguardas⁸⁹ do pós-guerra a transformação da transgressão anti-estética das vanguardas históricas⁹⁰ em um estilo, coadunado com a arte institucional, Foster (1996) acredita que os trabalhos artísticos das neovanguardas dos anos 1950 e 1960, na Europa e nos Estados Unidos, operaram um retorno do ataque das vanguardas históricas tanto às convenções artísticas, quanto às condições históricas e sociais do período.

As neovanguardas tentariam estender a crítica à arte como instituição começada pelas vanguardas históricas, e assim produziram novas experiências estéticas, conexões cognitivas e intervenções políticas. Porém, enquanto a vanguarda histórica se focou nas convenções estéticas, as neovanguardas se concentraram na crítica às instituições da arte, como um ataque criativo (e não niilista como nas vanguardas históricas) que puseram em vigor o projeto das vanguardas históricas pela primeira vez, e que, teoricamente, pode ser reproduzido infinitas vezes. Foster (ibid.) se preocupa em relacionar dialeticamente as vanguardas históricas e as neovanguardas. Para ele, as neovanguardas não são uma institucionalização das vanguardas históricas, como quer Bürger (1984), mas também não são seu complemento final, ou um estágio ascendente de progresso.

Foster (1996) parece interessado em deixar em aberto a possibilidade de intermináveis retomadas do projeto de articulação do político e do artístico das vanguardas históricas. Não

⁸⁹ A Pop Art, o Fluxus e o Situaionismo são alguns dos grupos e movimentos que compõem as neovanguardas.

⁹⁰ Já os movimentos que constituem as vanguardas históricas podem ser exemplificados com o Dadá, o Construtivismo Russo e o Surrealismo.

há dúvida que tal projeto falhou e em grande parte foi cooptado pelo mercado da arte. Ademais, como concordam Foster (1996) e Huyssen (1996), foi a cultura da mídia, e não os trabalhos das vanguardas históricas ou das neovanguardas que conseguiu aproximar a arte do cotidiano. Todavia, ambos os autores acreditam que a ênfase na busca pela transformação cultural do cotidiano inaugurada pelas vanguardas históricas ainda é possível. Nesta perspectiva, Home (1999) vai além, e identifica uma “tradição subversiva” crítica em relação a todo tipo de separação social, que almeja a reinserção da arte no cotidiano e a integração de todas as atividades humanas, sem especializações. Esta “tradição”, aponta Home (ibid.), perpassa o surrealismo, o Dadá, o situacionismo, o Fluxus, a *mail art* dos anos 1960 e 1970, o movimento *punk* e manifestações de ativismo cultural e midiático atuais.

Em muitos sentidos, os trabalhos do Poro sugerem a recuperação do projeto das vanguardas históricas, ou um momento nacional da “tradição subversiva” enxergada por Home (ibid.), que no Brasil poderia ter em seus antecedentes os arroubos modernistas e antropofágicos da década de 1920, o concretismo dos anos 1950, os trabalhos de Hélio Oiticica, Cildo Meireles e outros artistas da geração Neoconcretistas, a Tropicália, as experiências teatrais de Augusto Boal, assim como iniciativas artísticas coletivas nos anos 1970 como 3nós3, Viajou Sem Passaporte, Manga Rosa e Tupi Não Dá (Araujo, 2007; Freitas, 2007; Rosas, 2005). Assim, como todas estas manifestações, o grupo mineiro se propõe a construir uma concepção particular da arte:

Nós nos ocupamos de trabalhar num eixo da arte onde temos autonomia para produzir, dentro de uma definição de arte como uma espécie de ferramenta que, através da visualidade ou experiência, é capaz de criar relações entre as pessoas e de romper com a carga simbólica veiculada nas cidades.

O coletivo afirma que “o Poro não se identifica com essa forma de arte enquanto instituição, pois ela tende a ser elitista, voltada para especialistas e cheias de estruturas de poder estranhas”. Apesar de apresentar descrença quanto à arte institucional, o Poro não parece fazer disto um tema de suas atividades. “Não é nosso foco de crítica utilizar a arte para falar mal dela mesma. Podemos dizer que não concordamos com esse sistema atuando principalmente nas suas bordas, através de redes e espaços alternativos que não negam a arte, mas afirmam outras possibilidades”, diz a dupla, que logo em seguida sugere inclusive a possibilidade de trabalhar junto às instituições de arte como museus e galerias: “parcerias com instituições podem viabilizar projetos que seriam muito difíceis de se realizar de maneira auto-financiada, mas é vital que essas parcerias não firam nossos princípios”.

É interessante ressaltar que o Poro, ao mesmo tempo em que faz intervenções urbanas, também participa de exposições, mostras e outros eventos de arte de caráter mais institucionalizado. Para Hill (2005), a atuação do grupo junto às instituições não caracteriza um conflito ou uma contradição. Isto porque, para o autor, assim como vários outros coletivos de intervenção urbana, as atividades do grupo não parecem que “tenham pretendido substituir a objetividade do circuito e do mercado de arte. Pelo contrário, reconhecendo sua rigidez peculiar e usando-a como referência, as novas estratégias artísticas se estabeleceram”.

No entanto, vale a pena se questionar, tomando em consideração a afirmação de Hill (ibid.), o motivo pelo qual estas novas estratégias se estabeleceriam, visto que não há uma vontade incisiva de questionar ou substituir o circuito comercial de arte. Em síntese, o que querem grupos de intervenção urbana? Uma possível resposta talvez seja a de que estes grupos pretendem criar alternativas para a produção artística quando surgem entraves para a liberdade de criação em seus espaços institucionais, de modo que este alargamento termina, em alguns casos, por assumir contornos críticos. O que não significa que este deslocamento não seja permeado de contradições e conflitos.

Para o Poro talvez não seja conflitante passear tanto pelos espaços institucionais da arte como por seus espaços alternativos. Contudo, é possível questionar até que ponto essa relação ambígua não limita a relevância crítica das atividades do grupo. Cabral (2007) sublinha o fato de que a divisão entre o trabalho nas ruas e nas galerias pode ser demasiadamente maniqueísta. Apesar das intervenções urbanas adquirirem um caráter crítico pela simples questão de se imporem arbitrariamente ao olhar do público, muitas manifestações em galerias apresentam, mesmo nestes espaços, um caráter de contestação bastante pungente. Ainda assim, é difícil não cair na tentação de abraçar a tarefa de querer mesurar o que é político nos trabalhos do Poro.

Acentua ainda mais a questão, a distinção que Melendi (2005) faz entre as ações da dupla e as práticas ativistas de sabotagem midiática, como a adulteração de *outdoors*. De acordo com a autora:

Fora da instituição, a arte do Poro corre o risco de se diluir no real. Tudo que há nela de antiartístico, de cotidiano, de ordinário, de impermanente, contribui, de fato, para a confusão desses trabalhos com os de outros ativistas que não têm nenhuma pretensão de pertencer ao sistema das artes. As obras não podem ser julgadas a partir de princípios estéticos, políticos ou didáticos; apenas poderíamos conferir sua eficácia imediata, que é quase sempre muito modesta (id.ibid.).

Melendi (ibid.) conclui seu argumento afirmando que é na galeria que se torna possível distinguir as ações do Poro de manifestações ativistas. A autora faz, ainda, uma divisão entre os trabalhos do grupo. Ações como a carimbagem de notas com o selo do FMI, a distribuição de cartazes com conceitos de cidade auto-sustentável, a produção de camisetas com a paródia do *slogan* da Monsanto e a produção de santinhos oferecendo um “curso profissionalizante cara-de-pau” teriam um caráter político. Já a ocupação de canteiros com flores de papel celofane, a enxurrada de letras de cartolina e a afixação de falsos interruptores nos postes de iluminação pública trabalhariam num eixo poético e artístico. Entretanto, esta cisão – em um primeiro momento óbvia – está sujeita a uma problematização quando, ao invés de se partir de uma idéia tradicional do que seja política, busque-se identificar que tipo de questionamentos o Poro pretende incentivar com suas atividades.

Ao refletir sobre a ação que envolveu a paródia do *slogan* da Monsanto, a dupla revela que gostaria de se empenhar mais em manifestações anti-propaganda, mas encontram entraves na busca por estratégias de baixo custo que sejam capazes de fazer frente ao pesado investimento publicitário. Ao mesmo tempo, o coletivo chega à seguinte conclusão:

Pensamos também que a poética do Poro está mais para pequenas ações simples e poéticas do que para um ataque assim tão incisivo sobre algo, mesmo que seja a publicidade que a gente tanto detesta. A camisa que sacaneia a Monsanto talvez seja menos um ataque à empresa e mais uma tomada de posição diante do que está acontecendo na agricultura e sobre o que estas empresas estão fazendo com a natureza.

Ao mesmo tempo em que o próprio Poro relativiza a força de suas ações que deveriam ser eminentemente políticas, contudo, Melendi (2005) caracteriza as ações de cunho poético do coletivo como uma recuperação das estratégias experimentadas pelo grupo francês Internacional Situacionista, nas primeiras décadas do pós-guerra. Ora, surge aí uma incongruência. Pois, fruto do desenvolvimento das neovanguardas sobre as quais Bürger (1984) e Foster (1996) dissertam, os situacionistas têm se tornados uma das referências históricas cardinais para manifestações que ambicionam politizar a produção artística⁹¹. Alguns dos principais textos de seus mais representativos integrantes, Debord (1997) e

⁹¹ Apesar do Poro assumir uma afinidade com as ações dos situacionistas, e inclusive disponibilizar textos de Debord no seu endereço eletrônico, o coletivo relativiza a influência dos artistas e provocadores franceses sobre o trabalho do coletivo. De acordo com a dupla, “só vemos relações entre o nosso trabalho e os situacionistas quando invertemos o olhar e olhamos nosso trabalho de um outro ângulo, mais analítico e crítico, como se não estivéssemos envolvidos nele. Pois durante o processo essas referências não estão presentes para nós. Na verdade embora exista muita admiração pelos situacionistas (até colocamos o manifesto no site) eles não são uma referência muito próxima a nós. Fomos ter contato com as idéias e ler alguma coisa sobre situacionismo bem depois da criação do Poro.”

Vaneigem (2002), encarregam-se exatamente de destrinchar as propostas do grupo – conceituais e concretas – acerca de como a arte e a imaginação poderiam ser postas em favor da revolução cultural e social das sociedades ocidentais. Além disso, é comumente aceito que as pichações nos muros parisienses quando das revoltas estudantis de Maio de 68 foram, em muito, inspiradas nas idéias situacionistas (Freire Filho, 2005).

Indagados sobre a tensão entre a arte e o engajamento social presente em seus trabalhos, o Poro afirma que, “o trabalho do Poro é arte, não temos dúvida em relação a isso. O engajamento político faz parte de nós enquanto pessoas, e esse traço da nossa personalidade naturalmente produz ecos na nossa produção”. Busco, então, sugerir se, em consonância com os situacionistas, a postura política originada da personalidade dos integrantes do coletivo teria como base uma vontade de criticar a objetividade do cotidiano, a rotina criada pela vida contemporânea. Mas o grupo permanece desinteressado em assumir qualquer posicionamento mais incisivo, ao sustentar que os trabalhos do Poro podem ser considerados uma crítica ao cotidiano urbano “se considerarmos ‘crítica’ como ‘refletir a respeito’.”

Hill (2005) acredita que o vocabulário produzido por Certeau (1994 [1984]) para descrever as “táticas” e “astúcias clandestinas” engendradas por aqueles que resistem a sua inevitável inserção nas redes disciplinares é a melhor forma de traduzir as ações não só do Poro, como também de diversos coletivos de intervenção urbana em território nacional. Na visão do autor, porém, estas iniciativas trazem à cena uma postura crítica peculiar, pois:

Confrontar não significa negar ou destruir, nem se eximir. Ao contrário, os resultados que depreendo das múltiplas iniciativas, demonstrando vontade de inserção na vida e de transformação do vigente, indicam uma necessidade de compreensão da natureza do mundo ao redor. Trata-se da tomada de consciência sobre o desejo e a responsabilidade de fornecer novos modelos de significação produzidos ativamente e não passivamente (institucionalmente).

Aqui, talvez, encontra-se novamente a indicação de que, impossibilitados de vislumbrar formas de transgressão mais amplas em que valha a pena investirem esforços, os grupos de ativismo de mídia se contentam com atividades que miram reposicionamentos subjetivos, micropolíticas do cotidiano que não pretendem uma transformação plena da sociedade, mas atuam em contextos específicos, mirando, por vezes, até mesmo apenas um “deslocamento do olhar.” Na análise do coletivo Media Sana, busquei demonstrar que a ausência de uma vontade de impulsionar uma transformação sistêmica de todos os aspectos da sociedade não deve ser entendida como a falta de um objetivo crítico nestas manifestações,

muito menos como um posicionamento derrotista que termina por solidificar as relações de poder e estruturas sociais vigentes. Ao mesmo tempo, fiz questão de ressaltar, com base nos argumentos de Best e Kellner (1998), que a falta de articulação com movimentos capazes de atuar sobre macroestruturas que condicionam a sociedade contemporânea poderia transformar atividades como o do Poro em ações politicamente irrelevantes, degenerando-se em um narcisismo esteticista facilmente cooptável pelas “indústrias criativas” ou o mercado da arte.

Enquanto algumas manifestações de intervenção urbana apresentam uma atitude bem mais beligerante em relação às atuais configurações sociais, por meio de um ataque à publicidade ou às convenções arraigadas no cotidiano (Mazetti, 2006), a sutileza característica das ações do Poro demonstra, de maneira contundente, como o caráter político de algumas manifestações de ativismo de mídia é relativo e contraditório. Entretanto, não acredito que o coletivo reproduza, de forma superficial e estereotipada, algum tipo de discurso resistente em voga, uma característica que Foster (1996) observa em diversas manifestações artísticas que ambicionam conjugar uma consciência política em seus trabalhos.

Ao contrário, a escolha por intervenções sutis no cotidiano feita pelo Poro talvez possa ser interpretada como um acirramento da ênfase na dimensão afetiva, e não ideológica, que muitas manifestações do ativismo de mídia se propõem a trabalhar. Neste caso, mais do que uma ação reativa contra as assimetrias de poder que se desenrolam na sociedade contemporânea, as atividades do coletivo emergem como explorações urbanas pela construção de novas sensorialidades, que se utilizam dos meios de comunicação mais enraizados no cotidiano como um modo de fomentar sensibilidades e gerar inquietações. Os situacionistas acreditavam que uma nova sociedade necessitava de um novo urbanismo (Jacques, 2003) e é exatamente isso que o Poro tenta por em prática, no entanto, sem a crença tácita de que um novo olhar sobre a cidade possa ter tamanha influência.

4.3. MetaReciclagem: apropriação tecnológica para transformação social

Um modo costumeiro de descrever a MetaReciclagem é defini-la como uma idéia, refinada em uma metodologia, que consiste, primordialmente, na expectativa de gerar transformações sociais a partir da reciclagem de computadores considerados obsoletos. Este processo se dá, principalmente, por meio de oficinas em que os participantes são encorajados a se apropriarem da tecnologia, ao exerceram a liberdade de montar e desmontar as máquinas para entender seu funcionamento interno.

Iniciei o parágrafo com a informação de que esta é a descrição mais comum porque não há uma definição estanque sobre o que é MetaReciclagem ou como praticá-la. Não existe um grupo ou um coletivo fechado que dissemina e controla a idéia. Pelo contrário, a MetaReciclagem é uma proposta aberta. Seus praticantes se reúnem em uma rede auto-organizada, em que as decisões, os conceitos e as atividades não são explicitados verticalmente, mas de modo emergente, colaborativo e descentralizado. Qualquer indivíduo pode se juntar a esta rede e contribuir para o desenvolvimento das práticas e das noções construídas em torno da MetaReciclagem, desde que esteja em acordo com algumas diretrizes que unem seus praticantes.

Quatro princípios norteiam a MetaReciclagem. São eles (MetaReciclagem, 2006):

- *a apropriação crítica da tecnologia*: isto é, uma abordagem quanto à tecnologia que ultrapassa sua instrumentalidade e anseia por sua desmistificação, com vista ao exercício da curiosidade e da criatividade para a criação de novos usos e significados para os aparatos tecnológicos.
- *A ênfase na tecnologia social*: quer dizer, um modo de encarar a tecnologia informacional que sublinha seu aspecto de agregadora social, e valoriza sua capacidade de promover a colaboração e a cooperação em contraposição à sua utilização comercial.
- *Uso de softwares livres e promoção do conhecimento livre*: a MetaReciclagem se funda na crença de que o conhecimento é um bem coletivo e não pode ser monopolizado para o uso mercantil. Por isto, utiliza sistema operacional e *softwares* de código aberto, assim como enfatiza a importância da documentação das práticas de MetaReciclagem, de modo que o conhecimento adquirido nessas experiências possa ser apropriado e replicado em outras iniciativas.
- *Descentralização integrada*: ou seja, uma vez que os praticantes de MetaReciclagem se organizam horizontalmente, estes devem procurar maneiras de entrar em contato com outros metarecicleiros para dividir descobertas, trocar informações e elaborar projetos conjuntos. Esta integração ocorre, principalmente, pela internet, em listas de discussão, páginas de *wiki*, *blogs* e outros *softwares* de relacionamento *online*.

A partir desta perspectiva, em cinco anos, a rede de MetaReciclagem se espalhou pelo país. Seus praticantes desenvolvem atividades em localidades que vão de Manaus a Porto Alegre. Como uma metodologia de oficinas, foi ainda incorporada ao projeto Cultura Viva, do Ministério da Cultura, que envolve a manutenção de mais de 650 espaços destinados à produção cultural local – chamados Pontos de Cultura.

Entre as iniciativas analisadas aqui, a MetaReciclagem é a que possui, indubitavelmente, maior abrangência. É também aquela mais calcada nas tecnologias digitais. Sua principal ênfase recai sobre a potencialização das competências dos usuários em relação às novas ferramentas comunicacionais, assim como ambiciona promover o acesso a estes meios a partir de uma perspectiva crítica, que não se restringe a fomentar o consumo ou a capacitação profissional.

Para a confecção deste estudo de caso, utilizei várias fontes. Em uma visita à cidade de São Paulo, tive a oportunidade de conhecer a “Casinha”, um espaço cultural na capital paulista que serve como ambiente de articulação dos metareciclistas da região. Lá, entrevistei Felipe Fonseca, um dos mais antigos e vocais promotores da MetaReciclagem e acompanhei algumas atividades no local. Conteí, também, com as respostas que recebi de questionários enviados para diversos espaços onde se pratica MetaReciclagem espalhados pelo país. Além disso, usufruí da reconstrução histórica do projeto feito por Caetano (2006) a partir das listas de discussão utilizadas pela rede de metareciclistas, do mesmo modo que das impressões e dos relatos de Dimantas (2006), outro antigo promotor da idéia, que transformou suas observações participativas em uma dissertação de mestrado. Finalmente, por ser uma rede aberta e auto-organizada, a MetaReciclagem produz uma imensa quantidade de material sobre suas atividades, a maioria disponibilizada *online*. Esta documentação também foi útil na construção desta análise.

Para melhor entender as características e as propostas da MetaReciclagem, é preciso remontar ao seu surgimento. Em 28 de julho 2002, foi formada, do universo de usuários de *blogs*, uma lista de discussão chamada MetáFora. A idéia de seus criadores era reunir pessoas interessadas em discutir os reflexos da irrupção das tecnologias digitais na vida cotidiana e pôr em prática os potenciais que nelas se inscreviam. Assim, jornalistas, programadores, *designers*, acadêmicos e *hackers* encontraram um espaço onde podiam discutir temas como redes sociais, *copyleft*, colaboração e conhecimento livre⁹². Felipe Fonseca, então publicitário e hoje pesquisador-bolsista de 29 anos do Instituto de Pesquisas em Tecnologia da Inovação (IPTI)⁹³, que criou a lista no diretório do *YahooGroups*, explica que ela nasceu de uma frustração com a defasagem do mercado corporativo brasileiro em relação às tecnologias

⁹² Próxima do seu fim, a lista contava com mais de 200 membros, espalhados não só por diversas regiões do país como também no exterior, que em menos de um ano ultrapassaram 10 mil mensagens trocadas.

⁹³ Uma associação civil sem fins lucrativos, com foco em pesquisa e prestação de serviços no universo da tecnologia da informação que mantém alianças com projetos governamentais e com agências de fomento nacionais (como a Fapesp e o CNPq) e internacionais (como a União Européia).

digitais. Segundo ele, os participantes da lista MetáFora tinham a ambição, desde o início, de propor alternativas:

Interessava a conversa sobre um cotidiano hiperconectado, sobre os limites cada vez mais tênues entre "online" e "offline", ente "digital" e "analógico", e o conhecimento livre como metodologia de colaboração. Não interessavam mais reclamações, mais críticas que não propusessem alternativas, mais choramingos de incompreendidos (Fonseca, 2005).

Hernani Dimantas, 46 anos, atual coordenador do Laboratório de Inclusão Digital e Educação Comunitária da Escola do Futuro da USP e outro promotor inicial da lista, lembra que a intenção não era utilizar o espaço informacional para um simples debate sem objetivos concretos. “Pelo contrário, desde o seu princípio o Projeto MetáFora carregava a ideologia do compartilhamento e da transformação social”, sustenta (2006: 35-36).

Uma das principais noções que guiavam as discussões da lista era a concepção de inteligência coletiva proposta por Pierre Lévy (2000). Para o filósofo francês, as redes virtuais de comunicação possibilitam a criação de novos espaços de produção de saber, onde o conhecimento individual pode ser compartilhado e distribuído tendo em vista um aprendizado mútuo daqueles engajados nas interações no ciberespaço. A inteligência coletiva é, portanto, “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (id. *ibid.*: 28).

A intenção dos participantes do MetáFora era justamente ativar a antevisão de Levy sobre a possibilidade de construção deste saber coletivo no espaço virtual. O texto de apresentação da lista sugeria que: “MetáFora é uma inteligência coletiva para gerar inteligências coletivas. Um projeto aberto de pesquisa e desenvolvimento em diversas áreas do conhecimento, baseado em algumas premissas do modo de produção *open source*” (*apud* Caetano, 2006:208)

Deste modo, em pouco mais de um ano, o que era apenas uma lista de discussão ganhou a definição de Projeto MetáFora, e os debates evoluíram para a organização de ações que – em um primeiro momento marcadas por um certo tecno-narcissismo – rapidamente se voltaram para como as tecnologias digitais poderiam contribuir em relação às necessidades reais dos indivíduos (Caetano, 2006). Dimantas (2006) refere-se ao MetáFora como um grupo de intervenção que, a partir da idéia de colaboração, passou a ser uma “chocadeira *open source*”, cuja função era servir de incubadora para projetos organizados de forma aberta e descentralizada:

O projeto objetivava entender e desenvolver conhecimentos adequados a uma nova relação com a cultura interconectada. A partir de comunidades locais, para fomentar a inclusão digital e o uso efetivo de ferramentas de publicação pessoal e construção coletiva de conhecimento, ou como utilizar a tecnologia para incrementar a conversação na rede (id. *ibid.*: 38-39).

A primeira iniciativa organizada por meio do MetáFora foi o *software blogchalking* – projeto pessoal de Daniel Pádua, que mais tarde também se tornaria um ativo promotor da MetaReciclagem – que possibilita pesquisas de *blogs* pela região onde o usuário se localiza. A ferramenta se tornou um sucesso instantâneo e é até hoje utilizada por *blogueiros* de diversas partes do mundo. Outro projeto articulado na lista foi o MetaONG, que consistia na manutenção de uma comunidade em que os participantes dividem entre si notícias sobre o setor de organizações sem fins lucrativos e podem escolher quais informações consideram mais valiosas para o grupo⁹⁴. Nos mesmos moldes, foi criado o MetaComunidade, com abrangência mais ampla, em que qualquer utilizador pode submeter notícias e outras informações, que são moderadas pelos próprios usuários do *site*. Entre várias outras iniciativas planejadas, muitas das quais nunca efetivadas, destaca-se, ainda, a ação Recicle1Político, que promoveu o recolhimento de cartazes, faixas, panfletos e demais materiais de propaganda política deixados na rua às vésperas das eleições de 2002 para reciclá-los e reaproveitá-los para a produção de arte urbana.

Com o desenvolvimento de projetos semelhantes, foram surgindo núcleos especializados em certos tipos de atividades ou que serviam como suporte específico para as ações organizadas por meio do MetáFora. O MemeLab, por exemplo, pretendia fornecer infra-estrutura para a realização colaborativa de intervenções artística e de experimentações midiáticas localizadas na intersecção entre arte e tecnologia. Já o MetaDev era num núcleo de desenvolvimento tecnológico em que programadores e *hackers* buscavam soluções técnicas para os projetos do MetáFora.

Além disso, por meio da lista de discussão do MetáFora, foi organizado o festival ProvOs, que aconteceu em novembro de 2002, em Belo Horizonte, e consistiu na apresentação da noção de mídia tática em diversas ações e debates sobre a necessidade de uma democratização dos meios de comunicação do país. Do mesmo modo, o evento Mídia Tática Brasil, ocorrido em São Paulo em 2003, teve boa parte de sua organização articulada junto ao MetáFora.

⁹⁴ A comunidade subsistiu ao MetáFora e ainda pode ser acessada no endereço <http://metaong.info/>.

Por fim, das conversas da lista surgiu a proposta do projeto de MetaReciclagem, que aglutinou os membros do MetáFora mesmo depois da sua dissolução⁹⁵, apenas 15 meses após a criação da *mailing list*. A idéia original apareceu ainda em meados de 2002, no início da formação do MetáFora, por conta de uma discussão sobre a implementação de redes comunitárias sem fio utilizando material tecnológico reciclado – inspirada em uma ONG britânica que utilizava sucata tecnológica para a construção de instalações artísticas e trabalhava com *softwares* livres. Todavia, a perspectiva de reciclar computadores logo foi vista também como um modo de oferecer uma infra-estrutura material para colocar em prática vários projetos da “chocadeira *open source*” (Fonseca, 2005).

Naquele momento, no Brasil, a única entidade que reciclava computadores com objetivos sociais era o Comitê para a Democratização da Informática (CDI), que, no entanto, utilizava *softwares* proprietários e era uma iniciativa patrocinada pela Microsoft. No entender dos membros do MetáFora, esta configuração se contradizia com os interesses do grupo, uma vez que seus integrantes valorizavam a utilização de ferramentas de código aberto de modo à promover a livre circulação de conhecimento e a formação de uma “inteligência coletiva”. Assim, após uma fracassada tentativa de receber a doação de máquinas de uma ONG norte-americana, os participantes do MetáFora passaram a procurar outras formas de angariar computadores para serem reciclados.

No final de 2002, Felipe Fonseca conseguiu articular uma parceria com a ONG Agente Cidadão, que atuava como uma organização logística em meio a diversas instituições de caridade. A entidade paulista tinha a função de captar doações dos mais diversos utensílios, separá-los e encaminhá-los para diferentes projetos sociais. Todavia, seus responsáveis não sabiam o que fazer com os computadores que recebiam. Deste modo, quando a ONG se mudou para um novo local – no *shopping* SP Market, na região de Interlagos – ofereceu aos integrantes do MetáFora um espaço anexo ao seu escritório. A partir de fevereiro de 2003, conseqüentemente, a MetaReciclagem começou a ser posta em prática. Dalton Martins e Eduardo Mota coordenariam as ações. Eles eram responsáveis pela captação e pela logística para receber as doações de computadores usados, que então passavam por uma triagem – em que os equipamentos reaproveitáveis eram separados dos componentes inutilizáveis – e as máquinas eram recicladas e reequipadas com sistema operacional Linux e *softwares* livres.

⁹⁵ Entre os motivos que levaram ao fim do MetáFora estavam as constantes brigas entre seus membros diante da perspectiva de transformar o projeto em uma organização não-governamental, uma vez que alguns de seus integrantes não viam necessidade de institucionalizá-lo. Fonseca (2005) cita ainda uma frustração com a situação cada vez mais comum de membros da lista que pouco participavam tentarem utilizar as ações do MetáFora como uma forma de aumentar sua reputação.

Pouco depois do início do funcionamento do primeiro espaço de MetaReciclagem junto à ONG Agente Cidadão, os integrantes do MetáFora participaram do festival Mídia Tática Brasil, em março de 2003. A intervenção do grupo consistiu na montagem de uma espécie de telecentro com computadores reciclados na Casa das Rosas, onde ocorria o festival, e também na organização de três *workshops* sobre colaboração *online* em telecentros mantidos pela Prefeitura de São Paulo nos bairros de Guaianases, Lajedo e Cidade Nova. Apesar de Fonseca (2005) enumerar dificuldades técnicas e uma desorganização na participação do MetáFora no festival, o projeto pôde, pela primeira vez, entrar em contato direto com as comunidades menos favorecidas – o que até então era apenas um desejo abstrato do grupo – do mesmo modo que ganhou certa notoriedade, obtendo inclusive apoio de um maior número de voluntários.

A partir daí, foram realizadas diferentes intervenções com o intuito de inserir a idéia de MetaReciclagem em contextos sociais. Destacam-se a participação do MetaReciclagem no Mês Social do SP Market, em que o grupo montou um telecentro – chamado de Cybersocial – e ministrou cursos de introdução à informática por um mês em um *shopping* na cidade de São Paulo e também o trabalho feito como parte do projeto Autolabs – organizado pelo Mídia Tática e que teve duração de julho de 2003 a junho de 2004 – em que os proponentes da MetaReciclagem ficaram responsáveis por fornecer a infra-estrutura material, doando computadores reciclados, e também oferecendo oficinas⁹⁶.

Em agosto de 2003, Dalton Martins e Hernani Dimantas – também participantes do MetáFora – formaram uma parceria com o Parque Escola, um espaço de 50 mil metros quadrados completamente construído com materiais reciclados, na região de Santo André, interior paulista, onde são oferecidos cursos de reciclagem, botânica e educação ambiental. Em um acordo com a prefeitura da cidade, o MetaReciclagem ficaria responsável por um laboratório de computadores no Parque Escola. Após receber uma doação de 50 máquinas da ONG Agente Cidadão, o grupo iniciou, então, um processo de articulação com a comunidade local (Rinaldi, 2005).

Por meio de um contato com o Departamento de Geração de Renda e Trabalho da prefeitura de Santo André, 16 trabalhadores de 8 associações cooperativas locais começaram a freqüentar oficinas de MetaReciclagem no Parque Escola. Apesar de as aulas terem como conteúdo o uso de aplicativos de escritório para tarefas cotidianas, como processadores de texto e navegadores para internet, as oficinas ainda buscavam demonstrar aos participantes

⁹⁶ As atividades dos Autolabs serão mais detalhadas no estudo de caso do Mídia Tática, a seguir.

que os computadores poderiam ser usados como novas ferramentas de expressão e também como forma de interagir com as pessoas. Ao final do curso, que aconteceu entre dezembro de 2003 e fevereiro de 2004, as máquinas foram doadas para as cooperativas⁹⁷.

Durante a oficina, estes computadores haviam sido pintados por Glauco Paiva, um artista Plástico de Santo André. Na opinião de Dimantas, assim, “a MetaReciclagem ganhou uma nova forma de expressão. Um computador é transformado numa obra de arte, não importa se é velho ou não. Até então, a linguagem da reciclagem era cinzenta” (*apud* Rinaldi, 2005). A pintura dos monitores e torres de computadores com cores vivas se tornou, após esta primeira experiência, uma das assinaturas do projeto de MetaReciclagem. Além disso, é hoje encarada como um dos principais artifícios empregues pelos metarecicleiros para incentivar a apropriação tecnológica, pois propicia a transformação das máquinas em objetos mais atraentes e descontraídos. Para Glauco Paiva, a pintura dos computadores não envolve somente um exercício estético, mas é parte fundamental da “desmistificação do hardware”. Nas palavras do artista:

No decorrer do tempo as pinturas ganharam vulto pedagógico, pois com elas conseguimos aproximar pessoas que num primeiro momento ainda assustavam-se com as novas tecnologias (...). A pintura atrai, provoca e instiga a atitude de desconstrução, ela funciona como porta de entrada aos conhecimentos técnicos, outro aspecto é o da produção coletiva criando um vínculo com os equipamentos, com as pessoas e o espaço (Paiva, 2005).

Após o trabalho com as associações cooperativas, outros projetos junto à comunidade de Santo André passaram a ser desenvolvidos. No próprio Parque Escola, os integrantes do MetaReciclagem criaram um ponto de internet sem fio que cobria toda a extensão do parque e montaram um *videowall* interativo com nove monitores que funcionavam a partir de computadores Pentium reciclados. Novamente com a ajuda da prefeitura municipal de Santo André, o MetaReciclagem voltou a oferecer oficinas para a população local, desta vez para doze jovens do núcleo habitacional Sacadura Cabral. O curso, com aulas diárias durante o mês de abril de 2004, visava ensinar os alunos a reciclarem computadores: desde o processo de montá-los e desmontá-los, passando pela sua manutenção e pela instalação e utilização do Linux e de *softwares* livres.

Rinaldi (2005) explica que a intenção era dar suporte aos estudantes que pretendessem começar uma micro-empresa, de modo a oferecer possibilidades para que os membros da

⁹⁷ No entanto, cinco delas não fizeram uso das máquinas, pelo simples motivo de que não foram disponibilizadas impressoras, ferramentas de extrema importância no cotidiano das associações.

comunidade se autonomizassem financeiramente, e não apenas participassem de um curso de capacitação profissional. Dos doze jovens, porém, apenas dois se interessaram pela proposta e, juntos, formaram a cooperativa InforMeta, dedicada à venda de computadores reciclados à preços acessíveis e à prestação de serviço de assistência técnica. Além disso, começaram a trabalhar no centro comunitário local, oferecendo oficinas de MetaReciclagem e montando um laboratório para reciclar computadores, iniciativa que pouco tempo depois foi abandonada (Caetano, 2006). Outras ações do MetaReciclagem foram desenvolvidas ainda em conjunto com a prefeitura e a comunidade de Santa André⁹⁸.

Neste momento, após a dissolução da lista MetáFora, em outubro de 2003, o MetaReciclagem se apresentava como um grupo – composto por onze colaboradores efetivos (a maioria remanescente do MetáFora), quinze voluntários e colaboradores eventuais, além dos participantes da lista de discussão – cujas atividades se restringiam aos laboratórios da ONG Agente Cidadão e do Parque Escola, o que concentrava as ações do MetaReciclagem no estado de São Paulo⁹⁹.

Todavia, após as eleições municipais de Santo André em novembro de 2004, a direção do Parque Escola sofreu alterações e o MetaReciclagem não teve mais o acesso às dependências do local. Um mês antes, a parceria com a ONG Agente Cidadão também se encerrou, quando a nova administração da entidade perdeu o recinto que cedia ao grupo. Assim, o MetaReciclagem ficou sem um espaço físico próprio de onde podia organizar suas atividades. Começava, então, a transformação do projeto em uma metodologia que poderia ser replicada por qualquer indivíduo que tivesse interesse em gerar transformações sociais por meio da apropriação tecnológica.

Surgida das discussões do MetáFora, mesmo depois do abandono da lista, a MetaReciclagem herdou boa parte dos ideais cultivados na “incubadora de projetos *open source*”. Não demorou, portanto, para seus praticantes perceberem que as atividades que foram sendo experimentadas durante os anos anteriores poderiam ser encaradas como uma espécie de metodologia emergente capaz de ser replicada em ações descentralizadas, em diferentes locais, por diferentes pessoas. Para Felipe Fonseca, é neste momento em que a MetaReciclagem assumiu uma condição de idéia. Ele descreve este processo de transformação da seguinte maneira:

⁹⁸ Cf. Caetano, 2006 e Rinaldi, 2005.

⁹⁹ Ver apresentação do grupo em http://metareciclagem.org/material/metareciclagem_ago_04.pdf.

Por algum tempo eu ainda insisti em entender o MetaReciclagem simplesmente como um braço estrutural do que era o Projeto MetáFora. Foram necessárias diversas discussões, uma delas muito particularmente cansativa, para que eu aceitasse que o MetaReciclagem havia concentrado muitas das pessoas que agitavam o Projeto MetáFora. Nessa mesma reunião, conseguimos definir o que é a tal da MetaReciclagem: uma metodologia emergente para a reapropriação de tecnologia para a transformação social. Alguns de nós, inclusive eu, passamos a não mais usar a forma "o" MetaReciclagem, como um grupo, mas "a" MetaReciclagem, como ação descentralizada, metodologia de trabalho. Mas essa posição não foi aceita por todos. De qualquer forma, uma definição precisa do que é MetaReciclagem se torna impossível justamente pelo seu caráter descentralizado e emergente (Fonseca, 2005).

Para por em prática esta metodologia, os promotores da MetaReciclagem estabeleceram um plano de atuação que se divide em três níveis: 1) os “esporos”, os ambientes físicos onde as pessoas praticam MetaReciclagem e se dedicam ao planejamento, à pesquisa e à experimentação relacionados à metodologia; 2) um ambiente *online*, que tem como ponto central a lista de discussão do MetaReciclagem, mas que se desdobra em *blogs*, páginas em formato *wiki* e afins, e é mantido para fomentar a discussão entre os participantes dos mais diferentes projetos; 3) os “ConecTAZes”, espaços e eventos temporários que abrigam ações de MetaReciclagem, cuja principal função é possibilitar o uso efetivo das tecnologias metarecicladas e expandir o número de replicadores da idéia.

A partir deste modelo de articulação, a MetaReciclagem começou a ampliar seu escopo de atuação: esporos surgiram em cidades como Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife etc, as discussões *online* se tornaram ainda mais importantes e diversas intervenções pontuais de MetaReciclagem começaram a surgir. Para potencializar a disseminação da MetaReciclagem como uma metodologia de trabalho, a idéia foi integrada ao projeto Pontos de Cultura, parte integrante do programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura. De acordo com Foina, Fonseca e Freire,

Um Ponto de Cultura é, ao mesmo tempo, produtor e consumidor cultural. É uma casa, uma sala, um depósito, uma estrutura física localizada estrategicamente em qualquer lugar onde haja uma produção cultural local. O projeto se propõe a captar essa produção cultural e irradiar seu conteúdo a todos os demais Pontos ao redor de todo o país (já existem 262 pontos selecionados, devendo-se atingir a marca de 400 até o final de 2006¹⁰⁰), e também, a possibilitar uma infra-estrutura básica, permitindo que se produza bens culturais utilizando-se de programas de Software Livre e de Código

¹⁰⁰ Segundo informações da página virtual do Ministério da Cultura, atualmente existem mais de 650 Pontos de Cultura espalhados pelo país. C.f. http://www.cultura.gov.br/programas_e_acoes/programa_cultura_viva/pontos_de_cultura/index.php

Aberto, distribuindo essa produção em uma rede de Pontos por meio de licenças Creative Commons e CopyLeft, de forma a permitir a remixagem e a colaboração com outros Pontos (Foina, Fonseca e Freire, 2005).

Os Pontos de Cultura são o resultado da colaboração entre o Ministério da Cultura e diversos produtores culturais, artistas e ativistas de mídia, entre eles alguns dos promotores da MetaReciclagem. Desde 2003, eles vinham discutindo estratégias para fomentar a produção midiática e cultural baseada no modelo de articulação em rede, em vista a gerar autonomia e sustentabilidade para comunidades locais, tanto das capitais quanto em regiões mais isoladas do país. A metodologia se insere na iniciativa como uma maneira de prover *hardware* de modo menos custoso. Neste sentido, foi produzido um manual para oficinas de MetaReciclagem distribuídos para os Pontos de Cultura. A intenção é fomentar nos participantes deste projeto a vontade de utilizar os espaços dos Pontos de Cultura também como esporos de MetaReciclagem¹⁰¹.

Não há um mapeamento recente sobre o número de esporos de MetaReciclagem existentes no país. No endereço eletrônico da rede metarecicleira, são listados atualmente dez em funcionamento¹⁰², todavia alguns deles já encerraram suas atividades, enquanto outros esporos, cujos participantes interferem ativamente na lista de discussões da MetaReciclagem, não são enumerados. A melhor forma que encontrei para identificar os esporos foi justamente observar as discussões no *mailing list* da MetaReciclagem. Contudo, apesar dos promotores da idéia valorizarem a integração entre os praticantes de MetaReciclagem, nem todos os que assumem a metodologia como forma de trabalho se engajam nas discussões *online*. Esta confusão se aplica principalmente aos Pontos de Cultura. Não foi possível descobrir quantos apenas utilizam computadores reciclados, quantos já ofereceram oficinas de MetaReciclagem e quantos constituíram-se também como esporos metarecicleiros.

De todo modo, com o objetivo de entender como a metodologia se replicava pelos esporos, enviei oito questionários para endereços eletrônicos de pessoas que participam ou organizam espaços que, em princípio, são esporos de MetaReciclagem, dos quais recebi respostas de apenas três. Sobre o Bailux, que funciona em Arraial d'Ajuda, distrito litorâneo da Bahia, obtive informações de Regis Bailux, *designer* têxtil e responsável pela implementação do esporo. Hudson Augusto, oficineiro remunerado do MetaProjeto, informou-me sobre a iniciativa desenvolvida na capital paulista. Para descobrir mais sobre o

¹⁰¹ Alguns promotores da MetaReciclagem foram ainda contratados pelo Ministério da Cultura como consultores do projeto dos Pontos de Cultura para contribuírem na implementação e no suporte de diversos Pontos, bem como no planejamento técnico e conceitual da iniciativa.

¹⁰² <http://metareciclagem.org/drupal/livro/esporos>

MetaSorocaba – que, como o nome indica, localiza-se no interior paulista – entrei em contato com Ricardo Guimarães, oficineiro de 19 anos. A intenção nesta abordagem era a de angariar informações factuais que pudessem ilustrar as atividades comuns de um esporo de MetaReciclagem.

Apesar de hoje a MetaReciclagem ser apresentada como uma rede auto-organizada de ações independentes, Felipe Fonseca me explicou, em entrevista, que este modelo de atuação ainda é uma aposta por parte dos promotores iniciais do projeto:

A gente tem uma aposta desde o começo, quer dizer, o MetaReciclagem começou com um grupo de pessoas em São Paulo e a aposta é a seguinte, esse grupo, que cresceu e virou 300 pessoas numa lista de discussão, com pessoas fazendo esporos e coisas assim, não depende da gente. Não depende de mim, não depende do Dalton, não depende do Hernani, não depende do Daniel Pádua. Não depende dessas cinco, seis pessoas que estavam no começo. Mas isso ainda é uma aposta, por mais que a gente às vezes queira tentar forçar o limite para ver se as coisas realmente acontecem espontaneamente, sempre na última hora fica aquela coisa, “não, vou ficar por perto”. “Vou agitar um pouco mais a lista, vou mandar uma mensagem, vou criar um blog”... Então essa coisa da movimentação espontânea é uma aposta, que a gente ainda não conseguiu por a prova, porque a gente também tem um certo apego as coisas.

Realmente, ao observar o andamento da lista de discussões da MetaReciclagem, é possível notar que os primeiros colaboradores do projeto são alguns dos que mais contribuem para manter a rede de metarecicleiros em permanente conversação, assim como boa parte dos eventos esporádicos, as ConecTAZes, de MetaReciclagem, principalmente na região de São Paulo, surgem por iniciativa destes promotores. Dois dos três esporos consultados nasceram de intervenções diretas ou parciais deste grupo inicial, o MetaProjeto, que deu início às suas atividades em novembro de 2006 e o MetaSorocaba, que começou a funcionar em novembro de 2007. O Bailux, por sua vez, existe desde 2004, ainda que inicialmente tenha consistido somente da participação de Regis na lista de discussão da MetaReciclagem.

As ações desenvolvidas nestes esporos replicam a metodologia de MetaReciclagem que foi construída por meio de experiências como as descritas anteriormente. Há uma busca inicial e contínua pela doação de equipamentos, triagem das máquinas doadas, pintura e personalização dos computadores, instalação de Linux e *softwares* livres, oferta de oficinas para a comunidade local e apoio ao desenvolvimento de projetos independentes dos oficinados.

No MetaProjeto, dois oficineiros oferecem aulas diariamente no laboratório localizado no Parque Estadual Fontes do Ipiranga, no bairro de Jabaguara. A iniciativa visa um público

de faixa de renda menos favorecida, mas é aberto a todos os interessados. Segundo Ricardo Guimarães, mais de 1800 pessoas já participaram das atividades do laboratório. O MetaSorocaba é desenvolvido junto ao bairro periférico Nova Esperança por apenas um oficinairo. Atualmente, 25 jovens, com idades a partir de 16 anos, participam de oficinas de oito horas semanais ministradas em uma sala de uma escola municipal localizada no bairro. Já o Bailux é sediado na casa de um de seus organizadores. Três voluntários oferecem classes para dois jovens da região com oficinas semanais com duração de três horas. A intenção é formá-los como replicadores da MetaReciclagem na comunidade.

A MetaReciclagem se insere no contexto do ativismo de mídia valorizando, principalmente, o caráter processual da produção de mídia. Sua ênfase recai na promoção e no incentivo das competências daqueles que se encontram marginalizados do acesso às tecnologias digitais. No entanto, a MetaReciclagem se distingue das tradicionais iniciativas de inclusão digital, uma vez que sua intenção não é inserir os cidadãos no mercado consumidor de tecnologia ou simplesmente oferecer cursos instrumentais de informática. Pelo contrário, a primeira distinção que surge ao se observar a metodologia proposta é a vontade de propiciar a desmistificação e posterior apropriação das tecnologias digitais.

Se outras iniciativas do ativismo de mídia buscam questionar e rescindir a passividade que se instaura nos cidadãos frente às representações sociais veiculadas pelos meios de comunicação comerciais, a MetaReciclagem vai além e ambiciona romper a distância que separa o usuário do próprio objeto técnico. Para tanto, é preciso montar e desmontar as máquinas, aprender como elas funcionam “por dentro”, para perder o medo de mexer nelas, num processo de desconstrução que visa promover o domínio do usuário frente às tecnologias. A partir desta “desmistificação do *hardware*”, que ainda passa pela pintura dos computadores e pela utilização do material eletrônico estragado para a confecção de objetos de decoração ou até mesmo instalações de arte, é possível sugerir a criação de novos usos para as ferramentas digitais. De modo abrangente, a MetaReciclagem aponta para a fomentação da dúvida, da inquietação e do exercício da criatividade em relação às tecnologias. No entanto, de modo mais específico, pretende expor os potenciais dos meios de comunicação digitais em relação ao aspecto social, que incide na possibilidade de utilizar as máquinas e o espaço virtual como artifícios para a circulação de conhecimento e de produção cultural local, para a formação de redes sociais e para a produção de saberes coletivos.

A MetaReciclagem se opõe ao discurso da obsolescência planejada da indústria tecnológica ao anunciar a utilidade de computadores antigos. Ao abraçar o uso de *softwares*

livres, pretende valorizar o conhecimento como um bem coletivo e não como artigo mercantil. Desafia, ainda, a lógica da mídia massiva ao buscar tornar efetivos os potenciais inscritos nas novas tecnologias comunicacionais, que operam também sob o modelo um-para-um e não somente o um-para-todos. Entretanto, a MetaReciclagem transborda para além do ativismo de mídia. Na idéia de reciclar objetos eletrônicos descartados, é possível distinguir uma vontade de fomentar a educação ambiental, enquanto na dinâmica empregada em boa parte das oficinas repara-se uma inquietação pedagógica por descobrir novos modos de partilha do conhecimento. Por fim, o desejo de inserir a MetaReciclagem em contextos sociais menos favorecidos demonstra uma preocupação social que caminha lado a lado com o intuito de promover a apropriação das tecnologias informacionais.

É interessante notar que aqueles que freqüentam as oficinas de MetaReciclagem são costumeiramente identificados como colaboradores ou eventuais replicadores da metodologia e não, simplesmente, como alunos. No MetaProjeto, por exemplo, Ricardo Guimarães sustenta que:

Como um laboratório de ações metarecycleiras, o MetaProjeto herdou as características de irradiação e descentralização de suas bases, formulando ações e tecendo uma rede entre os oficinandos dos laboratórios e a comunidade local de que fazem parte. Desta forma o Projeto busca desenvolver em cada pessoa que freqüenta as oficinas do MetaProjeto a idéia de que devem assumir uma responsabilidade a partir da primeira oficina que participam, que é a de replicar o conhecimento que obtiverem por todo local e para todos. Essa ação consciente tem por objetivo trabalhar na base do indivíduo sua responsabilidade direta com a sociedade em que vive.

Como uma rede aberta, a MetaReciclagem se constrói justamente a partir deste tipo de replicação e também por meio das conversações *online*. É por isso que Lovink (2005) pode sugerir que a MetaReciclagem funciona como um “vírus cultural”. De acordo com teórico e ativista:

As iniciativas interessantes de mídia tática não apenas facilitam, mas questionam e desconstroem, especialmente a mitologia de suas próprias tecnologias. O Irational e o MetaReciclagem não são telecentros comuns que fornecem treinamento para o uso do software hegemônico. Trata-se de projetos profundamente metafóricos, críticos, conceituais. São protótipos. Realizam experimentos sociais em uma era de demo design. Constroem memes (idéias contagiosas). A maioria desses “vírus culturais” fracassa, mas alguns obtêm sucesso, e exercem grande impacto sobre a sociedade (id.ibid.).

Como um vírus, no entanto, a MetaReciclagem não só se espalha, mas também está em constante mutação. Atualmente, na página principal da comunidade de metareciclistas¹⁰³, a seguinte definição de MetaReciclagem é oferecida:

Surgida na rede, a idéia da MetaReciclagem é apropriar-se das coisas (sejam "novas" ou "velhas"), reestruturando e resignificando tudo (de computadores a sentimentos), compartilhando a maneira de fazê-lo e assim permitindo que qualquer um possa replicar ações, produções e experiências (para preservá-las ou transformá-las). a várias mãos ou não.

Ou seja, a ênfase na apropriação das ferramentas informacionais deu espaço à promoção da dúvida, do questionamento e da busca por alternativas em um universo bem mais amplo do que somente o das tecnologias digitais. Se este alargamento semântico da noção de MetaReciclagem aponta para uma infiltração dos ideais fomentados pela prática metareciclista em outros âmbitos da vida, incidindo na própria subjetividade de seus promotores, interessa-me agora descobrir se, em algum momento, a MetaReciclagem também visou promover a apropriação de outras mídias que não as ferramentas comunicacionais digitais. No chamado “Livro Verde” da MetaReciclagem – um arquivo em *pdf* disponibilizado na página da comunidade que reúne textos de vários de seus praticantes – pode-se ler que “MetaReciclagem não depende de computadores: metareciclar tecnologia pode começar com lápis e papel” (MetaReciclagem, 2006). A partir desta afirmação, perguntei a Felipe Fonseca se havia uma preocupação em levar a idéia de MetaReciclagem para as mídias tradicionais. Segundo ele:

Esse foi um posicionamento [*de que MetaReciclagem vai além do computador*] que a gente adotou para tentar se descolar um pouco dessa estória de inclusão digital. Então é uma coisa que funciona muito mais simbolicamente. Para as pessoas que participam do MetaReciclagem entenderem isso e daí talvez tratem a tecnologia de uma outra maneira. Posso te dar exemplos de oficinas de apropriação tecnológica que a gente fez com papel cartolina, ou então cadernos, giz de cera e post-it. Mas, na realidade, a gente sempre tem a questão do computador como um modelo que a gente vai se referir. De qualquer maneira, por mais que a gente queira negar, o MetaReciclagem é sobre tecnologias de informação, e tecnologia de informação hoje é internet, computador.

É possível sustentar uma crítica de que a MetaReciclagem corrobora sem maiores censuras com um discurso que apresenta um otimismo desmesurado em relação às mais

¹⁰³ <http://metareciclagem.org/drupal/>.

recentes tecnologias de comunicação, além de, por vezes, sugerir traços de um certo tecnocracismo em suas ações. Como o próprio Felipe Fonseca argumenta:

A gente vai para as outras mídias também. Pela aproximação com o mundo de mídia tátil, a gente começou a se aproximar do rádio, depois um pouco de vídeo... Mas a gente tem uma coisa temática. Mesmo quando a gente está fazendo vídeo, muitas vezes a gente acaba fazendo vídeos sobre o computador.

Todavia, é preciso salientar que, para os praticantes de MetaReciclagem, os potenciais inscritos nas novas tecnologias não estão dados, mas devem ser articulados por meio de ações críticas e criativas capazes de efetivá-los. Apesar de buscar se distanciar das iniciativas normalmente denominadas de inclusão digital, a MetaReciclagem pretende ainda trabalhar estes potenciais justamente junto àqueles marginalizados do acesso às mais recentes tecnologias de comunicação. Além disso, a aproximação com os ideais da Ética Hacker e com a comunidade de produtores e usuários de *softwares* livres faz com que seja possível identificar a MetaReciclagem no rol das iniciativas que buscam lutar pelo modelo de internet aberto e colaborativo que marcou o desenvolvimento inicial do espaço virtual, em contraposição à crescente comercialização do horizonte eletrônico, que simula e se apropria da colaboração em rede para fins mercantis.

Um modo sintético de descrever a MetaReciclagem é afirmar que ela é um tipo de apropriação tecnológica para a transformação social. Por apropriação tecnológica pode-se entender, portanto, como foi enfatizado até aqui, um conjunto de esforços, individuais ou por meio de oficinas, que visam desmistificar os objetos técnicos, em especial os computadores, com o anseio de torná-los mais próximos dos usuários, para que estes sejam capazes de dominá-los e, então, experimentar novos usos e aplicações no dia-a-dia. Resta, por conseguinte, entender que tipo de transformação social é almejada pelos promotores da MetaReciclagem, ou seja, qual o seu viés político.

Quando perguntei, para Felipe Fonseca, que tipo de transformação social pode ser promovida por meio da MetaReciclagem, ele evitou dar exemplos concretos, afirmando que a idéia de “apropriação tecnológica para transformação social” era uma definição intencionalmente aberta, “para a gente colocar qualquer coisa aí dentro”. Para ele, muitos dos que participam da MetaReciclagem não estão nem mesmo atentos às possíveis intenções políticas por trás da metodologia:

O mais maluco da questão política na MetaReciclagem, é que ela é implícita. Então, tem muita gente que colabora com a MetaReciclagem, que está ali no meio, que, se eu chegar para o cara e falar que o MetaReciclagem é um projeto auto-gestionado, de âmbito local, que é integrado numa rede e ele tem raízes que a gente pode chamar de, conceitualmente, anarquistas. O cara vai dizer, “meu deus do céu!”. Tem muita gente que não tem essa consciência, mas que está trabalhando naquilo. Então, a estrutura política do MetaReciclagem é implícita.

Felipe sustenta, no entanto, que essa consciência política às vezes surge dentro do próprio processo de envolvimento com a MetaReciclagem:

Tem um caso que é exemplar de pessoa que se envolveu na MetaReciclagem que foi o Fernando Henrique. Que é um garoto brilhante que mora na Embu, Taboão, algum lugar na zona oeste, estudou em escola pública a vida inteira e passou no vestibular da USP umas três ou quatro vezes. E, de repente ele começou a freqüentar projetos de inclusão digital, aprendeu a mexer com Linux e virou programador. E aconteceu que, de repente, ele resolveu ir lá no galpão que a gente tinha na zona sul, falou que tinha lido sobre a gente no jornal e que tinha ido lá para dar um curso de KDE¹⁰⁴. Conversamos com o cara, ele falou que o Kurumin¹⁰⁵ não funcionava, disse que ia fazer uma versão do Linux para a gente, começou a fazer um monte de coisas. A gente começava a conversar com ele sobre a questão política, que a gente estava se inserindo em um contexto, e ele dizia que não queria saber dessa merda, que era para a gente discutir política. Ele tinha uma questão técnica e queria aplicar essa questão técnica em um certo contexto social, porque ele tinha uma certa identificação e tinha uma questão de retribuição porque ele também freqüentou projetos de tecnologia. E na verdade, o Fernando foi dar oficina no MST, fez uma residência de dois meses na Índia. Então, ele se envolveu em um monte de coisas e ele se tornou um ator político, por mais que ele quisesse que a gente ficasse com a parte da política.

Não é surpreendente, contudo, identificar a falta de engajamento em um projeto político e ideológico claro entre os praticantes do ativismo de mídia, que, como no caso ilustrado anteriormente, preferem canalizar seus esforços para atividades específicas que visam balancear as assimetrias de poder político, cultural econômico ou social, mesmo que essas atividades se resumam à partilha do conhecimento. Por ser uma proposta aberta, a MetaReciclagem pode ser interpretada de diversas maneiras. Cada participante, promotor, oficinairo ou replicador tem suas próprias convicções sobre o potencial e a relevância política da metodologia e como ela incide nas comunidades onde ela é inserida.

¹⁰⁴ *Software* livre voltado para o desenvolvimento de outros *softwares* de código aberto.

¹⁰⁵ Uma distribuição do sistema operacional Linux.

Apesar de entender que a MetaReciclagem é uma forma de ativismo, Felipe Fonseca acredita que a metodologia não se propõe a ser universal ou democrática. Na sua visão, “não é um projeto que pretende salvar todo mundo”. Ele complementa:

Uma grande questão é que a gente se posiciona não como “vamos trazer todo mundo”, “vamos dizer que todo mundo vai saber abrir um computador”. Isso realmente não me interessa. A gente não quer abrir uma fábrica de reciclagem de computadores, que vai reciclar mil computadores por mês.

Para Felipe Fonseca, a MetaReciclagem não se preocupa em garantir que todos tenham acesso às tecnologias informacionais ou que a metodologia sirva como uma espécie de política pública abrangente. Na sua opinião:

O que eu quero, pessoalmente, é encontrar pessoas que tenham potencial e aí trabalhar o arquétipo do inventor. Professor Pardal, Franjinha, Dexter, Doc Brown do “De volta para o futuro”. A gente trabalha com esse arquétipo do inventor, a gente se posiciona como inventores (...) Tem a questão de não ter medo da chave de fenda. Então, é muito essa questão de achar pessoas que tem esse potencial para se tornarem inventores e a gente ajudar essas pessoas a se desenvolverem.

Deste modo, observa-se também na MetaReciclagem uma ênfase nas transformações pessoais, subjetivas. Os meios digitais assumem aqui a função de potencializar a expressão da criatividade individual, a partilha de conhecimento e a formação de redes sociais. A mudança que o MetaReciclagem busca, portanto, é cultivar nos indivíduos a curiosidade, a vontade de tomar para si a produção midiática e assumir o protagonismo nos fenômenos comunicacionais. Para além da mídia, a metodologia promove uma inquietação frente às tecnologias, incentivando a inovação por meio da experimentação de alternativas. E é neste sentido que alguns de seus promotores sugerem a MetaReciclagem não só como uma forma de apropriação tecnológica, mas como um posicionamento pessoal, subjetivo, que transborda para outros momentos da vida. Segundo Daniel Pádua:

A idéia original era criar redes informacionais com material reciclado (e outras tecnologias “livres”), quebrar o modelo *top-down* da indústria de comunicação vigente e fomentar processos participativos emergentes de ação direta sobre a infra-estrutura social. Com tempo, percebeu-se que não se tratava só de computadores, mas de universos simbólicos. Universos sensíveis. Quando você muda seu próprio olhar sobre as coisas, engloba o que estava fora, expulsa o que estava dentro, mistura os *inputs-outputs*, e o faz de maneira socialmente compartilhada/contextualizada, você está re-

enredando sua realidade, mudando a base do seu pensar e sentir, em conjunto com outros. MetaReciclando (*apud* Jeronymo, 2007).

Por fim, vale a pena ressaltar a conflituosa aproximação da MetaReciclagem com instituições governamentais. Essa aproximação começou a acontecer a partir de 2003, após a eleição de Luis Inácio da Silva, quando alguns dos militantes do Partido dos Trabalhadores demonstraram uma certa afinidade conceitual com os promotores da MetaReciclagem e outros produtores culturais, artistas e ativistas de mídia. Deste encontro, iniciaram-se as discussões que dariam origem aos Pontos de Cultura. De acordo com Felipe Fonseca, nos primeiros anos de parceria, havia uma forte experimentação quanto aos limites à autonomia que seria imposta aos projetos culturais pelo Governo Federal, numa espécie de tentativa de *hackear* o poder público e utilizar sua estrutura para fazer avançar os interesses da MetaReciclagem. Todavia, o momento atual é de incerteza sobre quem está se apropriando de quem.

Agora a gente está nesse refluxo. A gente perdeu nossa identidade. E MetaReciclagem não é mais cinco pessoas em São Paulo ou algumas pessoas na lista do projeto MetáFora, que aí se reuniam em São Paulo. Não, o MetaReciclagem são duzentas pessoas numa lista e são mil pessoas em pontos de cultura e a cada semana aparece alguém na lista dizendo “ah, eu tô aqui em Irecê, na Bahia, participo de uma Casa Brasil, fiz um curso de MetaReciclagem e o professor falou para eu entrar nessa lista de discussão.

Um dos principais desafios da MetaReciclagem atualmente parece justamente manter a noção aberta e fiel aos seus princípios. A inserção da MetaReciclagem em projetos governamentais garantiu à metodologia sua difusão e abrangência, contudo, quanto mais se alastra, o potencial crítico e experimental da metodologia é subsumido por definições simplistas da MetaReciclagem, que a resumem a um trabalho de consciência ambiental de reciclagem de computadores ou metodologias de inclusão digital que não ultrapassam a instrumentalização funcional das máquinas.

Por fim, como ativismo de mídia, a MetaReciclagem talvez ilustre de forma mais radical as transformações da corrente crítica expressivista identificada por Cardon e Granjon (2003). Assim, o modelo de mídia participativo posto em prática por experiências de comunicação comunitária, que questiona as competências necessárias para assumir a produção midiática e busca multiplicar o número de produtores de informação e cultura ganha uma nova configuração. Este novo perfil de ações expressivistas poderia ser identificado por meio de atividades desterritorializadas, baseadas nas novas tecnologias e que, mais do que

forjar uma identidade coletiva, anseiam pela produção de dissenso, atuando no nível subjetivo de modo a possibilitar a livre expressão da criatividade individual.

4.4. Midiatatica.info: pela fruição dos meios

A Mídia Tática é uma plataforma voltada para a manutenção de uma rede de manifestações de ativismo de mídia no país que possui uma interface *online*, atualmente encontrada no endereço eletrônico www.midiatatica.info¹⁰⁶, e que também se articula fora do espaço virtual, por meio de festivais, conferências, publicações, laboratórios de produção de mídia, grupos de estudos e outras ações conjuntas.

Tatiana Wells – artista de 32 anos, pós-graduada em estudos de hipermídia pela Universidade de Westminster e colaboradora do programa GESAC¹⁰⁷, do Ministério das Telecomunicações – e Ricardo Ruiz – trinta e poucos anos, ex-publicitário e integrante da equipe de planejamento do projeto governamental dos Pontos de Cultura – administram a rotina do *site*, que, no entanto, é acessível à utilização pública e possui, como usuários mais costumeiros, os participantes de ações de ativismo de mídia e de produção cultural crítica nacionais.

As principais ações da plataforma Mídia Tática têm como função facilitar os processos de orientação, documentação e sustentação desta rede, no intuito de estimular o trabalho colaborativo e a apropriação das ferramentas digitais por estas iniciativas. Ao mesmo tempo, em ações que pretendem se integrar às comunidades locais, é visada a fomentação de novas habilidades para a interação cultural, artística e midiática e a transformação destas competências em ferramentas de participação política. Logo, como explicam Tatiana Wells e Ricardo Ruiz na página eletrônica da plataforma, a Mídia Tática deseja “orientar indivíduos ou grupos excluídos ou resistentes aos novos paradigmas levantados pela revolução tecnológica para que sejam agentes críticos e atuantes”¹⁰⁸.

Neste sentido, são organizados debates sobre mídia, arte, tecnologia, ativismo e cultura digital, seminários interdisciplinares internacionais, além de festivais e conferências

¹⁰⁶ Até novembro de 2007, o *site* da plataforma se encontrava, todavia, em outro endereço (www.midiatatica.org). Nas entrevistas realizadas com integrantes da rede e no material analisado, muitas vezes havia referências ao antigo endereço eletrônico. Substitui estas referências quando reproduzi estes textos ao longo do estudo de caso com a intenção de evitar possíveis confusões.

¹⁰⁷ O GESAC (Governo eletrônico – serviço de atendimento ao cidadão) é um empreendimento do governo federal que tem como meta disponibilizar acesso à internet e mais um conjunto de outros serviços de inclusão digital a comunidades excluídas do acesso e dos serviços vinculados à rede mundial de computadores.

¹⁰⁸ Disponível em <http://wakka.midiatatica.info/wikka.php?wakka=MetaPesquisa>. Acesso em 10/12/2007.

dedicados à discussão teórica sobre as práticas de ativismo de mídia. São oferecidas, também, mostras de vídeo, oficinas de produção de mídia com *software* livre e de MetaReciclagem e outras iniciativas voltadas para a pedagogia crítica de mídia. A rede ainda atua na montagem de telecentros, na criação de intervenções artísticas, no desenvolvimento de *blogs* e estruturas de trabalho comum via internet e na organização de infra-estrutura para *streaming* e *broadcast* de rádio e TV.

Definir quem faz parte da Mídia Tática, porém, é uma tarefa difícil, pois assim como a MetaReciclagem, a rede se organiza de forma aberta e descentralizada. Quando perguntei a Tatiana Wells quem estava por trás da página virtual, ela me respondeu que a Mídia Tática “era apenas um site, não é um coletivo. É uma plataforma onde diferentes grupos se conectam quando desejado (...) Não há o esforço de definir o *midiatatica.info* além da liberdade inicial de somente existir na emergência de suas ações”. Todavia, no próprio *site*, em uma seção destinada a caracterizar a atividade, são listados onze voluntários fixos desta rede, espalhados pelas regiões nordeste, sudeste e sul do país.

São eles: Ricardo Ruiz e Tatiana Wells, residentes na Praia do Pipa, no Rio Grande do Norte e identificados como integrantes do projeto *Contratv.net*, uma iniciativa articulada por meio da própria Mídia Tática; Tininha Llanos, ex-integrante do coletivo de intervenção urbana Grupo de Interferência Ambiental (GIA), sediado em Salvador; José Balbino, também da capital baiana e defensor das licenças abertas *Creative Commons*; Gabriel Furtado, recifense e integrante do coletivo Media Sana, analisado em estudo de caso anterior; o carioca Giuliano DjahDjah, que participa da Rádio Interferência, uma rádio livre localizada nas dependências da UFRJ; Alexandre Freire, administrador do *site* Estúdio Livre, dedicado a oferecer uma infra-estrutura *online* para os Pontos de Cultura e para outras iniciativas culturais que utilizam *softwares* livres; Paulo Lara, pesquisador de Campinas integrante do grupo Submídia, que articula diversas manifestações de ativismo de mídia, entre elas o *site* *radiolivre.org*, que abriga a transmissão *online* de diversas rádios livres e também funciona como espécie de fórum para a troca de experiências no âmbito destas práticas; Rhatto e Rafael Juba Diniz, responsáveis pelo projeto *sarava.org*, voltado para a disseminação de ferramentas para a produção e a utilização de *softwares* livres e que também atua no sentido de fornecer infra-estrutura *online* para algumas manifestações de ativismo de mídia; e Glerm, integrante do coletivo Orquestra Organismo, originado em Curitiba, que promove ações que conjugam arte e novas tecnologias, visando a construção de uma poética atenta à produção de

conhecimento e de novas sensibilidades em relação aos meios de comunicação de modo colaborativo.

Além destes voluntários fixos, a rede ainda conta com mais de cem colaboradores espalhados pelo país, que mantêm contato, hoje, por meio da lista de discussão Submidialogia¹⁰⁹, termo que nomeia, também, as últimas três versões de um encontro anual daqueles que estão envolvidos com as ações da rede Mídia Tática. Ademais, a plataforma ainda possui parcerias com organizações nacionais, como Ministério da Cultura, e também com instituições de arte e de mídia estrangeiras como a *Waag Society for New and Old Media*¹¹⁰ e a *New Radio and Performing Arts*¹¹¹.

Não é minha intenção aqui, até por questões de operacionalidade, esmiuçar as atividades de cada iniciativa que participa da plataforma de ações comuns oferecida pela Mídia Tática. Assim, interesse-me, mais especificamente, pelas ações conjuntas organizadas a partir desta rede, tanto em relação aos esforços voltados para a manutenção dos espaços de diálogo e de interação entre os grupos atuantes, quanto para as práticas concretas de ativismo de mídia, mais comumente baseadas numa aproximação com comunidades locais de cidades por onde a rede organizada ao redor da Mídia Tática se localiza.

A confecção deste estudo de caso se baseia, principalmente, em uma entrevista feita por *e-mail* com Tatiana Wells¹¹², na observação dos arquivos das listas de discussão¹¹³ utilizadas pela rede ao longo dos anos, assim como na análise do volumoso material disponibilizado no *site* mediatatica.info. A exemplo da MetaReciclagem, a Mídia Tática se propõem a tornar pública e disponibilizar o mais detalhadamente possível suas atividades, no intuito de possibilitar a replicação de suas iniciativas por indivíduos dispersos pelo país. Por

¹⁰⁹ Cf. <https://lists.riseup.net/www/info/submidialogia>.

¹¹⁰ Sediada na Holanda e que assume as funções de organizar os festivais *Next Five Minutes* – que aglutinam praticantes de mídia tática em todo o mundo – e de financiar iniciativas voltadas para a pesquisa e para a promoção do acesso às tecnologias digitais em diversos países. Cf. <http://www.waag.org/>

¹¹¹ Criada em 1981, nos Estados Unidos, com o objetivo de fomentar o desenvolvimento de trabalhos experimentais no âmbito da rádio e das artes performáticas, em 1996 a *New Radio and Performing Arts*, expandiu sua área de atuação abrangendo também manifestações de arte na internet. Cf. <http://new-radio.org/>.

¹¹² Entrei em contato, também, com outros colaboradores da plataforma, como Ricardo Ruiz e Giseli Vasconcelos, que até chegaram a se oferecer para responderem algumas de minhas perguntas, mas nunca me enviaram suas respostas.

¹¹³ As *mailing lists* foram observadas entre o período de junho de 2006 até dezembro de 2007. Foram elas: 1) Mídia Tática Brasil, criada em novembro de 2002, por conta da organização do festival do mesmo nome e que atualmente tem um baixa circulação de mensagens. (<http://br.groups.yahoo.com/group/mediatatica/>); 2) Centrodemidia/ip, criada em julho de 2004, por causa da inauguração de um espaço de produção de mídia na Lapa, no Rio de Janeiro e que hoje está abandonada (<https://lists.riseup.net/www/info/centrodemidia>); 3) Digitofagia, iniciada em julho de 2004 e utilizada para a organização do encontro de mesmo nome, e que também possui, atualmente, um irrisório número de conversações (<https://lists.riseup.net/www/info/digitofagia>); 4) Submidialogia, criada em junho de 2005 para a organização do festival homônimo e que, no momento, serve como principal espaço de interação entre os grupos e indivíduos que se articulam por meio da plataforma Mídia Tática (<https://lists.riseup.net/www/info/submidialogia>).

isso, há uma preocupação em documentar estas ações. Esta documentação – feita por meio de relatos escritos, arquivos de vídeo e som e também imagens – torna-se útil também para revelar o desenvolvimento das manifestações da Mídia Tática.

A origem da plataforma remonta a um chamado da *Waag Society for Old and New Media*, instituição holandesa que desde o início da década de 1990 organizava encontros chamados “Next Five Minutes” (N5M). Nestes festivais, artistas e ativistas de todo mundo discutiam possibilidades de ação cultural a partir da noção de mídia tática. Para a quarta versão do evento, porém, realizado em 2003, decidiu-se que, além do festival na Holanda, seria incentivada a organização de encontros locais de praticantes de mídia tática em diversos países, chamados de *Tactical Media Labs* (laboratórios de mídia tática).

Assim, Tatiana Wells, Ricardo Rosas e Giseli Vasconcelos, que buscavam iniciar experiências de mídia tática no território nacional, responderam a um *e-mail* da *Waag Society* que circulava em listas de discussão como a *Nettime* demonstrando interesse em fazer um evento nos moldes do *Next Five Minutes* no Brasil. Deu-se início, então, a formatação do festival Mídia Tática Brasil. Em 24 novembro de 2002, foi criada a *mailing list* de mesmo nome, cujo objetivo era articular diversos grupos independentes que desenvolviam projetos na intersecção entre os meios de comunicação, a arte e a política, no intuito de organizar o festival de mídia tática no país¹¹⁴.

Um dos primeiros debates desencadeados na lista foi justamente sobre o que seriam manifestações de mídia tática e quais atividades estariam de acordo com a proposta do evento a ser organizado. Ricardo Rosas oferecia a seguinte perspectiva:

Para resumir numa frase, acho que mídia tática é uma subversão tática da mídia. Subversão no sentido de inversão, de tergiversação ou desvio do uso, e tático no sentido de combate tático oposto a estratégico, ou direto. Mídia independente, não mídia meramente oposicionista, nem meramente alternativa, mas que se usando dos expedientes de linguagem, de técnica, de design da mídia dominante, altera a mensagem, no sentido de um combate semiótico. Essa mensagem não precisa ser necessariamente confrontacional¹¹⁵.

Apesar de um certo cuidado em destrinchar os conceitos, a proposta dos organizadores do evento era a de estimular a diversidade de ações e de alternativas e não de circunscrever as

¹¹⁴ Antes da criação da lista, e também posteriormente, as conversas voltadas para a organização de um festival de mídia tática no Brasil aconteceram também na lista de discussão do Projeto MetáFora, que deu origem ao MetaReciclagem.

¹¹⁵ Mensagem nº 29, de 3 de dezembro de 2002.

atividades participantes a partir de definições rígidas¹¹⁶. Logo, seguiram-se as articulações para a organização do festival, como discussões sobre o tema central do encontro, mais tarde definido sob o mote “Comunidades em Rede e Inclusão Digital”, e esforços no sentido de mobilizar os grupos atuantes no país e de assegurar a infra-estrutura material para produção do festival, tudo feito de modo voluntário, colaborativo e descentralizado¹¹⁷. O Mídia Tática Brasil ocorreria aproximadamente quatro meses depois do início da lista, entre os dias 13 a 16 de março de 2003, na Casa das Rosas, espaço cultural localizado na Avenida Paulista. Apesar de contar, principalmente, com iniciativas de São Paulo, o festival aglutinou ainda manifestações de outros estados como Rio de Janeiro, Brasília, Fortaleza, Amapá e Goiás.

Mais do que uma simples exposição ou uma mostra, o Mídia Tática Brasil se propôs a ser uma espécie de laboratório de mídia tática, que envolveu não só a apresentação de trabalhos de cunho artístico e midiático experimental, mas também ofereceu debates, conferências e *workshops* sobre as possibilidades de contestação nos meios de comunicação e sobre o uso efetivo das novas tecnologias comunicacionais. Além disso, em algumas das salas da Casa das Rosas, iniciativas propiciavam ainda a oportunidade dos visitantes se apropriarem, eles mesmos, das ferramentas midiáticas à disposição. Neste espírito, o festival reuniu grupos de videoativismo, intervenção urbana, rádios livres, o centro de mídia independente, produtores de *fanzines* e festas de música eletrônica em regiões periféricas da cidade paulista, além de promover uma série de manifestações pontuais e espontâneas como ações de grafiteiros, *shows* improvisados ao ar livre, bicicletadas e ações diretas.

Na visão dos organizadores, o festival teve um êxito inesperado. Mais de seis mil visitantes ocuparam a Casa das Rosas durante o evento, um público até então nunca visto no centro cultural¹¹⁸. Além disso, a grande mídia deu significativa atenção ao encontro, abrindo espaço para a divulgação de discussões sobre questões de exclusão digital, ativismo de mídia e trabalhos artísticos com intenções políticas. Em relação às experiências midiáticas concretas, um texto de avaliação do evento, disponível no *site*¹¹⁹ da empreitada, sustenta que:

Uma das características mais importantes do festival brasileiro, quando comparado à série de laboratórios de mídia (TMLs) acontecidos ao redor do mundo, foi o caráter low-tech predominante entre os trabalhos apresentados.

¹¹⁶ Para uma visão mais ampla da discussão ver mensagens nº 23, 26, 27, 29, 32 e uma posterior discussão sobre se a Revista Ocas, produzida e vendida por moradores de rua de São Paulo, poderia ser incluída no evento (mensagens nº 77, 78 e 83)

¹¹⁷ Ainda que Tatiana Wells, Ricardo Rosas, Giseli Vasconcelos e Ricardo Ruiz tenham assumido o papel de principais articuladores desta união de esforços individuais.

¹¹⁸ Disponível em http://mtb.midiatatica.info/in_festival.htm. Acesso em 10/12/2007.

¹¹⁹ Idem.

Mesmo que isso não diga respeito a totalidade de trabalhos - 25 deles, entre artistas, ativistas e trabalhadores culturais e sociais - e apesar de alguns trabalhos como Bijari, A Revolução Não Será Televisada e Formigueiro trabalharem com alta tecnologia de uma maneira sofisticada, o toque "low-tech" foi sem dúvida o ponto comum entre a produção brasileira, refletindo a insípida produção de net.art e high tech da mídia tática brasileira (diferente de projetos na Europa ou nos EUA). O uso de Linux e software de código aberto também foi outra característica a ser ressaltada, pois adotado integralmente durante o festival.

Esta ênfase no trabalho com tecnologias dadas como obsoletas, presente já em um momento inicial de solidificação das práticas de ativismo contemporâneo no Brasil, continuaria a ser cultivada em iniciativas posteriores, como a MetaReciclagem, por exemplo. Mais do que isso, no entanto, o sucesso do festival talvez tenha residido na validação da metodologia de ação utilizada para a confecção do próprio Mídia Tática Brasil, que se baseou na união de esforços conjuntos de diversos grupos independentes, de forma não hierárquica e sem nenhum tipo de curadoria ou de pré-seleção.

Assim, os principais promotores do festival decidiram expandir a idéia de articular as diferentes iniciativas atuantes nas intersecções entre arte, mídia, política e novas tecnologias. A intenção era estabelecer um circuito que facilitasse a colaboração e a comunicação entre estes grupos, originando daí a plataforma Mídia Tática, que logo após o festival ganhou sua interface *online*, inicialmente no endereço eletrônico www.midiatatica.org. Ainda que diversas idéias tenham surgido para pôr em prática a reunião de esforços destas iniciativas – como a proposta de criar um núcleo editorial para documentar as atividades do festival e ações posteriores a ele¹²⁰ – a rede que emergia das interações entre as distintas manifestações de ativismo de mídia e outras formas de manifestação cultural, artística e tecnológica se corporificaria concretamente, pela primeira vez, na parceria formada por vários grupos para a efetivação do projeto Autolabs¹²¹.

Os Autolabs se constituíram na manutenção de laboratórios de mídia tática em três distritos da zona leste de São Paulo – São Miguel Paulista, Ermilino Matarazzo e Itaquera – cuja boa parte da população possui renda deficiente e baixa escolaridade. A iniciativa, planejada desde julho de 2003, foi concretizada a partir de janeiro de 2004, atendendo até junho do mesmo ano cerca de 300 jovens entre 17 a 21 anos, que tinham acesso a quatro núcleos de produção e de oficinas, organizados por diversos grupos de ativismo de mídia (Vasconcelos *et alli*, 2004).

¹²⁰ Ver mensagens da lista Mídia Tática Brasil nº 667, 669, 670, 673, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 686 enviadas entre os dias 19 e 21 de março de 2003.

¹²¹ Cf. <http://www.autolabs.midiatatica.info/>.

Estes núcleos, que desenvolveram diferentes metodologias e dinâmicas de trabalho, eram: 1) o núcleo de apoio, responsável por oficinas de informática, com ênfase na utilização de ferramentas livres e de código aberto e na produção de mídia independente; 2) o núcleo de mídia eletrônica, que continha atividades destinadas à utilização da internet e à experimentação gráfica no terreno digital, além de desenvolver trabalhos voltados para o recolhimento de histórias sobre a comunidade local, que dariam origem ao projeto Contratv.net¹²²; 3) o núcleo de som, que oferecia oficinas de rádio livre e produção sonora a partir de ferramentas livres; 4) o núcleo técnico, que dava suporte para a manutenção de computadores reciclados usados nas oficinas, num trabalho que solidificaria a metodologia da MetaReciclagem.

A intenção do projeto era criar laboratórios destinados à pedagogia crítica de mídia, à experimentação tecnológica e ao exercício da criatividade através do uso de mídias baratas, com base no *ethos* “faça você mesmo” em um processo de integração com as comunidades locais. Para Ricardo Rosas, um dos colaboradores da empreitada, “em um Autolab, conhecimento é acessado e compartilhado por meio da mediação humana, do trabalho coletivo e da participação criativa” (Rosas, 2004b: 427). O ativista vai além, ao sustentar que:

Entre outras coisas, os Autolabs planejam gerar novas práticas, novas formas de trabalho, focando as novas mídias como meios de ação e de transformação do mundo. Isto significa abrir novos espaços de interação cultural, artística e midiática, criando formas de acesso a fontes conhecimento para indivíduos ou grupos excluídos do novo paradigma erigido a partir da revolução tecnológica, propondo formas úteis de integrar a tecnologia informacional às necessidades de uma dada comunidade, promovendo a troca de experiências (idéias, percepções e sentimentos) e a coletivização democrática da informação, criando novos espaços para a participação política em territórios marcados pela revolução informacional, desenvolvendo sensibilidades sonoras, visuais e textuais, e tornando possíveis ações sociais de utilidade coletiva (id.ibid).

Já Tatiana Wells é bem menos otimista ao avaliar as ações dos Autolabs, talvez por ser mais atenta às condições concretas em que o projeto se desenvolveu. Ela aponta diversos percalços encontrados durante a iniciativa e sugere que “o tempo também foi muitíssimo curto. Vários projetos foram deixados à espera. E então sinto que o trabalho que fizemos foi somente uma sensibilização, uma desmistificação da mídia que circula diária, assim como seu

¹²² O site <http://contratv.net/> abriga os relatos produzidos a partir das ferramentas digitais em forma de vídeos, fotonovelas e imagens pelos jovens que participaram das oficinas do Coletivo de Histórias Digitais, parte integrante do projeto Autolabs. A intenção desta iniciativa foi experimentar novas estruturas narrativas, diferentes daquelas disseminadas pela televisão comercial, de modo a capacitar estes jovens a dominarem as ferramentas para construir suas próprias histórias e a de suas comunidades.

conteúdo plastificado” (Vasconcelos *et alli*, 2004). Ao mesmo tempo, a ativista de mídia faz questão de afirmar que, apesar dos pesares, a realização das oficinas resultou em um aprendizado mútuo entre os oficineiros e os oficinandos e serviu como um momento em que diversos grupos ativistas puderam colocar suas idéias em prática:

Grupos de mídia baseados em sua maior parte em práticas ativistas, independentes ou colaborativas, puderam com (total?) liberdade testar seus conceitos, o que acredito, gerou metodologias altamente participativas, estabelecidas em sala-de-aula, espontâneas, levando em consideração o dia-a-dia dos meninos/as, e seus desejos e necessidades dentro deste (id.ibid.).

Apesar de, à primeira vista, os Autolabs funcionarem de modo semelhante aos telecentros de inclusão digital que a prefeitura de São Paulo naquele momento começava a implementar na cidade, a iniciativa buscava desenvolver um modelo diferente, pois, para os ativistas de mídia que participavam do projeto, a noção de “inclusão digital” possuía reflexos de um posicionamento quanto à exclusão digital “obscuro, paternalista e demagógico”, que ignorava os anseios e as necessidades reais que surgem no dia-dia das comunidades locais (Rosas, 2004b). No entanto, surge daí uma contradição, pois o projeto Autolabs foi financiado, em parte, por uma sociedade entre a UNESCO, a organização não-governamental La Fabbricca e o Centro de Ação Juvenil (CAJU), ligado à Secretária Municipal do Desenvolvimento, Trabalho e Solidariedade da cidade de São Paulo.

A aproximação entre grupos de ativismo de mídia autônomos com instituições governamentais e do terceiro setor é costumeiramente encarada com uma certa desconfiança por parte dos próprios ativistas (Garcia, 2004; Vasconcelos *et alli*, 2004). Todavia, Rosas (2004b) descreve que o projeto Autolabs poderia funcionar como uma espécie de vírus dentro da estrutura governamental: “como um conceito ‘alienígena’ vivendo dentro do corpo de um política ‘hospedeira’. Em outras palavras, eles implementam uma forma de ‘subversão prática’ enquanto são financiados e apoiados por grandes instituições” (id. ibid.: 432).

Este desejo de “*hackear*” a estrutura pública, ou pelo menos, a percepção de que – dada a falta de recursos – é melhor se aliar às instituições governamentais para levar adiante projetos culturais e midiáticos do que não ver nenhuma idéia sair do papel (Foina, Fonseca e Freire, 2006) permanece ainda hoje como uma característica presente nas ações de ativismo de mídia nacional, como vimos nas relações da MetaReciclagem com o projeto dos Pontos de Cultura. Esta imbricação com as políticas públicas também surge na Mídia Tática, visto que vários de seus colaboradores também fazem parte da equipe de planejamento do programa do

Ministério da Cultura. Entretanto, a dúvida sobre quem está se apropriando de quem é uma questão cada vez mais pungente para aqueles que protagonizam esta interação.

Para avaliar os resultados do projeto Autolabs, a Mídia Tática organizou, entre os dias 24 e 27 de junho de 2004, em Itaquera, o evento denominado FindeTático, que novamente reuniu artistas, ativistas e teóricos nacionais e do exterior, desta vez com a intenção específica de refletir sobre as experiências, dificuldades e resultados dos laboratórios de mídia produzidos e também para traçar novas metas e ações para a rede de grupos da plataforma Mídia Tática.

A iniciativa seguinte da Mídia Tática foi um novo festival, o Digitofagia, que aconteceu entre os dias 18 a 24 de outubro no Museu da Imagem e do Som, outra vez na capital do estado paulista. Semelhante aos encontros anteriores organizados pela plataforma, o evento reuniu ativistas, artistas e teóricos nacionais e estrangeiros em um festival que visava experimentar um modelo de palestras e conferências que potencializasse a conversação entre os participantes e servisse, ao mesmo tempo, como um laboratório de produção de mídia tática.

Deste modo, além dos debates e apresentações sobre as iniciativas ativistas brasileiras, o festival ainda abrigou um estúdio de produção no primeiro andar do Museu, que funcionou de base para a confecção de vídeos, transmissões radiofônicas e experimentações gráficas, uma sessão de instalação de Linux e *softwares* livres para aqueles que levassem seus computadores ao evento, um encontro de VJs que foi incorporado ao festival por meio de oficinas e de uma “anti-festa”, com experimentações audiovisuais e sonoras, mostras de vídeo e a rearticulação do projeto Recicle1Político, inicialmente formulado nas discussões do projeto MetáFora, que, aproveitando-se do momento de eleições, convidava a todos a interferir nas peças publicitárias de cunho eleitoral¹²³.

Em termos conceituais, o Digitofagia pretendia expandir e adaptar a noção de mídia tática ao cenário brasileiro, a partir do desejo de “repensar a prática antropofágica na era dos computadores e das novas mídias através de uma antropofagia das práticas de mídia tática atuais”¹²⁴. Junção do termo “digital” com o conceito de antropofagia proposto por Oswald de Andrade no contexto da arte modernista brasileira dos anos 1920, a concepção de Digitofagia, que tematizava o festival, buscava recuperar a proposta da arte de vanguarda nacional do início do século XX de digerir os referenciais originados no exterior para se apropriar destas

¹²³ Após o Digitofagia, um banco de dados foi construído com as imagens de intervenções feitas a partir do projeto Recicle1Político e abrigado no *site* da Mídia Tática. Todavia, estes arquivos estão atualmente *offline*.

¹²⁴ Disponível em <http://wakka.midiatatica.info/wikka.php?wakka=DigitoPortugues>. Acesso em 12/12/2007.

idéias e recontextualizá-las de acordo com a realidade brasileira. Assim, do mesmo modo que os modernistas deglutiram as experiências das vanguardas históricas européias e, a partir daí, criaram um novo filão artístico, os integrantes da plataforma Mídia Tática pretendiam assimilar, no contexto da cada vez mais pungente inserção das novas tecnologias comunicacionais no cotidiano nacional, as noções e práticas de mídia tática desenvolvidas no exterior para traduzi-las à conjuntura brasileira.

A aproximação com movimentos artísticos do passado, porém, não significa transformar as ações dos praticantes de mídia tática no Brasil em uma nova vanguarda artística baseada em um movimento com manifestos e posturas definidas em relação aos cânones da história da arte. Essa identificação talvez aponte muito mais para um anseio dos ativistas de mídia de, por um lado, anunciarem sua independência em relação às manifestações estrangeiras semelhantes, e por outro, de ressaltarem e tomarem para si também uma característica da cultura brasileira, que se repetiria com o Tropicalismo nas décadas de 1960 e 1970, de se apropriar de idéias produzidas no exterior para dar origem a manifestações criativas e contextualizadas com a realidade local.

Em entrevista com Tatiana Wells, a ativista chega, inclusive, a relativizar a influência do campo artístico nas manifestações da plataforma Mídia Tática:

A arte é um campo semiótico como qualquer outro, serve para registrar a dimensão humana, como um jornal, um livro de ficção ou uma peça de teatro. Qualquer ação de um cidadão comum brasileiro para se mover na vida pode ser considerada arte... Trabalhamos a arte basicamente para desconstruí-la.

Assim, a arte aqui não é do domínio dos cânones, dos especialistas e das instituições, mas se equivale às astúcias, ao jogo de cintura e à destreza: a “arte do fraco” diria Certeau (1994[1984]), maneiras de fazer, de usar, de se mover e se apropriar do que está à volta para tirar o melhor proveito possível de uma dada situação de fragilidade.

Dias antes do evento em São Paulo, de 14 a 17 de outubro de 2004, foi organizado no Rio de Janeiro, o DigitoRIO, que contou com debates e palestras promovidos nas dependências na UFRJ, além de oficinas de produção de mídia realizadas em uma sala de um edifício localizado no bairro da Lapa. Além de se caracterizar pela primeira vez em que um evento da plataforma Mídia Tática era organizado fora da cidade de São Paulo, a versão carioca do festival Digitofagia ainda marcou a inauguração do espaço que meses mais tarde ganharia o nome de IP://Interface Pública e se transformaria em um centro de mídia voltado

para experimentações, oficinas e residências de manifestações de ativismo de mídia na cidade carioca.

Em novembro 2003, vários participantes brasileiros de iniciativas de ativismo de mídia e arte com intenções críticas participaram da quarta edição festival internacional de mídia táctica *Next 5 Minutes*, realizado na Holanda. Entre os presentes, estavam integrantes do coletivo Poro, do projeto Metáfora e da rede de MetaReciclagem e também colaboradores da plataforma de Mídia Táctica. Após o evento, a *Waag Society for Old and New Media*, que coordenava o festival, enviou um convite para as manifestações nacionais enviarem projetos em vista a uma parceria com a instituição. Felipe Fonseca, colaborador do MetaReciclagem, me explicou que a intenção da *Waag Society* era reproduzir no Brasil as articulações que já eram feitas entre a instituição e um centro de mídia na Índia, o Sarai¹²⁵.

Dos projetos enviados, as propostas da MetaReciclagem e da Mídia Táctica foram selecionados. Assim, por parte da MetaReciclagem, dois colaboradores da rede, Beatriz Rinaldi e Fernando Henrique, fizeram uma residência de dois meses no Sarai. Já a Mídia Táctica recebeu financiamento para uma publicação resultante das discussões geradas no festival Digitofagia – que ficou por conta de Giseli Vasconcelos e Ricardo Rosas e que tinha lançamento previsto para o ano de 2007 – e também para a organização de uma nova conferência. Além disso, a plataforma de colaboração formada pela Waag e pelo Sarai ainda subsidiou o aluguel de uma sala na Lapa, na cidade do Rio de Janeiro, onde foi montado o IP:// Interferência Pública, resumidamente denominado IP://.

O IP:// foi concebido como um centro de produção mídia destinado a funcionar como um local multiuso para o encontro de artistas, produtores culturais e ativistas de mídia, do mesmo modo que para a pesquisa, o planejamento e a produção de ações midiáticas. No espaço, que começou a funcionar, de fato, no início de 2005, eram oferecidas oficinas de MetaReciclagem¹²⁶; de net.art, que envolviam a produção de conteúdo para o já citado *site* contratv.net; de desenvolvimento de ferramentas digitais livres para aplicação na *web*; de produção musical com *softwares* de código aberto; e, por fim, de rádio na internet e de produção gráfico no Linux. Além das oficinas, eram organizados grupos de estudo sobre

¹²⁵ O Sarai é uma iniciativa que conta com o apoio da *Waag Society for Old and New Media* e que visa prover espaços físicos em regiões menos favorecidas da cidade Delhi, na Índia, com o intuito de oferecer aos jovens moradores destas comunidades acesso às novas tecnologias e oficinas de pedagogia crítica de mídia, em uma metodologia muito semelhante à implementada pela plataforma Mídia Táctica Brasil no projeto Autolabs. Além disso, o Sarai ainda trabalha na produção de pesquisas sobre novas mídias e urbanismo, além de se dedicar à publicações e à manutenção de uma rede de colaboradores espalhados por diversos países, inclusive o Brasil.

¹²⁶ O IP:// foi, inclusive, o primeiro esporo de MetaReciclagem que se desenvolveu fora da cidade de São Paulo.

mídia, tecnologia, arte e ativismo; eventos como mostras de vídeo, apresentações audiovisuais e *shows*, além de residências com pesquisadores e produtores de mídia de outros locais.

As atividades no IP:// eram coordenadas por Tatiana Wells e Ricardo Ruiz, que contavam com o apoio de voluntários e integrantes de diferentes iniciativas de ativismo de mídia da cidade, como os programadores da Rádio Interferência, os participantes do coletivo do CMI do Rio de Janeiro, além de diversos outros produtores culturais. No entanto, o espaço seria fechado em março de 2006, pouco mais de um ano após o início de suas atividades. Em uma avaliação das atividades do IP://, Tatiana Wells e Ricardo Ruiz observaram uma grande dificuldade em manter um espaço físico próprio em funcionamento com trabalho voluntário, sem o mesmo comprometimento de todos os envolvidos. Assim, o modelo baseado em um centro de mídia foi deixado de lado pela plataforma Mídia Tática, que saiu em busca de uma nova forma de atuação¹²⁷.

A solução para o fracasso da concentração das atividades em um espaço físico específico foi o de articular ações em diferentes regiões com a ajuda de diversos grupos espalhados pelo país. Na visão de Tatiana Wells e Ricardo Ruiz, a descentralização dos empreendimentos da plataforma Mídia Tática abriu novas possibilidades de intervenção:

Isso permitiu fortalecer a rede midiatatica.info no país. Caracterizou-se aí um novo formato para a iniciativa, com enfoque em espaços temporários ocupáveis, esse novo modelo nos parece o mais adequado para iniciativas e políticas de produção cultural independente no país¹²⁸.

A partir de então, a Mídia Tática apresenta um modelo de atuação mais próximo a como esse circuito de ativistas de mídia, artistas e produtores culturais se articula atualmente. Os encontros continuaram. Deste modo, anualmente, a plataforma organiza o festival Submidialogia, que foi realizado pela primeira vez em 2005, entre os dias 27 e 31 de outubro, em Campinas; teve sua segunda edição em 2006, em Recife, de 12 a 15 de outubro; e foi sediada, em sua mais recente versão, na cidade de Lençóis, no interior da Bahia, entre os dias 7 e 11 de dezembro de 2007. A proposta do Submidialogia é manter em contato a rede de ativistas de mídia, artistas, produtores culturais e pesquisadores que interage por meio da

¹²⁷ No final de 2006, alguns colaboradores do IP:// tentaram reviver o espaço. Todavia, poucas iniciativas foram desenvolvidas. Por três vezes tentei visitar o local enquanto estariam ocorrendo atividades, mas não encontrei ninguém no recinto. Em uma conversa informal com Giuliano DjahDjah, integrante da Rádio Interferência e um dos colaboradores do IP://, ele me explicou que a falta de comprometimento de alguns dos voluntários e a falta de recursos para manter a iniciativa fizeram com que o projeto não se desenvolvesse. Em meados de 2007, por fim, a tentativa de reativar o IP:// se deu por encerrada.

¹²⁸ Disponível em <http://wakka.midiatatica.info/wikka.php?wakka=MetaPesquisa>. Acesso em 10/12/2007.

plataforma Mídia Tática, em eventos que conjugam a apresentação de experiências dos grupos atuantes e dedica espaço à reflexão sobre estas iniciativas. Todavia, esta produção teórica promovida por meio de debates, conversas e painéis está intrinsecamente imbricada nas práticas concretas. Exemplo disso é o próprio mote da primeira versão do encontro, que oferecia uma definição do termo Submidialogia como: “a arte de revolver o logos do conhecimento pelas práticas e desordenar as práticas pela imersão no sub-conhecimento”¹²⁹.

Além do Submidialogia, a plataforma Mídia Tática ainda organiza – em diferentes periodicidades – outros tipo de encontros como Upgrade!, realizado em Salvador, em setembro de 2007, e que faz parte da rede Upgrade!International – que visa criar um circuito internacional emergente entre iniciativas autônomas de cunho artístico e tecnológico que trabalham no sentido de encurtar as diferenças culturais em diversas regiões do globo¹³⁰; e o Cibersalão.br, que teve duas edições em 2006, em Salvador e em Belo Horizonte, e corresponde à versão nacional dos encontros que ocorrem em diversas partes do mundo com o nome Cybersalon¹³¹, que abrigam debates sobre a cultura digital.

Em termos de ações concretas, uma das atividades da plataforma Mídia Tática que se desenvolveu a partir do novo modelo de atuação da rede, que privilegia a ocupação temporária de espaços e a replicação das ações por diversos nódulos deste circuito, foi o projeto mimoSa. Iniciada ainda no final de 2005, com o apoio da *New Radio and Performing Arts* e da *Andy Warhol foundation for Visual Arts*, a iniciativa consistia na construção de uma “máquina de intervenção urbana e correção informação”¹³² por meio de oficinas ministradas junto a comunidades de diversas cidades do país a partir do uso da sucata eletrônica, baseado na metodologia da MetaReciclagem. A máquina, uma espécie da mídia móvel, construída em um trabalho conjunto entre os participantes das oficinas e os artistas e os ativistas que coordenavam o projeto teria as funções de gravar histórias coletadas do público em áudio e vídeo por meio de telefones celulares e microfone para serem enviados a um servidor na *web*, de transmitir sinal de FM de baixa potência, reproduzir transmissões sonoras, entre outras funções.

Seguindo esta proposta, a mimoSa foi construída ou faz aparições em diversas localidades do país, como Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Aracaju, Praia do Pipa e Belém e no exterior, em reproduções da iniciativa em Berlim,

¹²⁹ Disponível em <http://radiolivres.org/submidia/submidialogia/submidialogia.html>. Acesso em 10/12/2007.

¹³⁰ Cf. <http://www.theupgrade.org/>.

¹³¹ Cf. <http://www.cybersalon.org/>.

¹³² Cf. http://turbulence.org/Works/mimoSa/mimoSa_port/index.html.

Barcelona e Manchester. Como Ricardo Ruiz salienta em um relato das experiências com o projeto, a metodologia empregada nas oficinas e a própria natureza da máquina construída foram sofrendo adaptações nos diversos locais enquanto eram reproduzidas em diferentes locais. Em algumas tentativas de construir a máquina, o resultado foi falho, e a mimoSa não funcionou; em outros casos envolveu um número pequeno de participantes, em vista a desenvolver melhor a arquitetura da própria máquina; por fim, determinadas oficinas conseguiram completar todo o processo proposto inicialmente, fazendo a máquina funcionar e colocando-a em circulação no espaço público. O ativista resume da seguinte forma o projeto:

A cada nova oficina, mimoSa agrega novas pessoas responsáveis pela sua construção que, acima de tudo, percebem novos usos para tecnologias e se percebem como artistas. Porém, não só como artistas: se percebem também como técnicos, como engenheiros, como radialistas, jornalistas, fotógrafos, interventores. Participam da construção de um objeto multifacetado, construído por diversas pessoas em diferentes lugares. Esta fragmentação, por sua vez, é benéfica ao objeto, pois salienta a diversidade e a colaboração como ferramentas indispensáveis para a construção coletiva, para a produção de objetos culturais. Repensam noção de autoria, de obra de arte, de computador, de sistemas operacionais. Começam, a partir de então, a descobrir objetos. Objetos para pesquisa e experimentação, para a recombinação, para o trabalho coletivo e individual, para construção do objeto. As pessoas assumem diferentes funções dependendo do momento (oficinas, dias, horas, tarefas), combinadas previamente ou não. A experiência coletiva respeita cada indivíduo, e trabalha-se todos. Todos, oficineiros, artistas, público, são colocados no mesmo patamar: experimentadores¹³³.

Para além do projeto mimoSa, a plataforma ainda empreendeu oficinas voltadas para a produção de mídia com *softwares* livres em parceria com o Movimento Sem Terra (MST) e junto à iniciativas governamentais como os Pontos de Cultura. Também participou da implementação do GESAC em diversas cidades do país, principalmente na região nordeste e em diversas outras ações de cunho pedagógico voltadas para a produção e crítica de mídia¹³⁴.

Por fim, com apoio da *Waag Society*, a plataforma Mídia Tática coordena, atualmente, o Descentro, um grupo de estudo e pesquisa sobre arte, mídia e tecnologia. Por um lado, o empreendimento atende a uma necessidade prática dos grupos que se articulam pela rede Mídia Tática, pois o Descentro é uma organização não governamental que se apresenta como uma entidade jurídica. Assim, a plataforma que reúne grupos autônomos está apta a receber doações e se mover pelos meandros burocráticos que envolvem a produção de diversas de

¹³³ Disponível em http://pub.descentro.org/estudo_de_caso_mimosa. Acesso em 12/12/2007.

¹³⁴ Um apanhado geral das ações em desenvolvimento pela plataforma mídia tática pode ser encontrado em: <http://wakka.midiatatica.info/wikka.php?wakka=PaginaPrincipal>. Acesso em 12/12/2007

suas iniciativas. Por outro lado, o Descentro aposta em um modelo de atuação oposto à centralização das pesquisas e do planejamento de ações em um local físico restrito como foi o IP://. Sua proposta é a de aglutinar pesquisas independentes feitas de modo distribuído por diversas regiões do país, por diferentes grupos e indivíduos, a partir de diferentes perspectivas.

Ao perguntar a Felipe Fonseca, colaborador da rede de MetaReciclagem e do Descentro, sobre a natureza das pesquisas da iniciativa, este me respondeu que a própria concepção do Descentro ainda não estava bem amarrada, porém, complementou:

A gente tem noção de que a gente tem coisas a produzir e que essas coisas não cabem no mundo corporativo, não cabem no terceiro setor, o terceiro setor não tem o tempo necessário para esse tipo de reflexão, e não cabem na universidade, por uma série de questões, inclusive, de enquadramento das pessoas. A gente tem umas pessoas que são outsiders, tem muita gente que não entrou em uma faculdade. Então como é que a gente faz para que a produção dessas pessoas e os questionamentos que são gerados no dia-a-dia dessas pessoas entrem nesse ciclo de reflexão? E ainda tem gente fazendo doutorado, no conselho do Descentro, tem essa diversidade... Mas a MetaReciclagem é uma questão, pesquisa de gênero e tecnologia¹³⁵ é uma questão...

No *site* do Descentro¹³⁶ algumas das pesquisas atuais são explicitadas para além da organização das conferências, festivais e seminários. Um dos principais objetivos do grupo de estudos em 2007 foi o de reunir esforços em direção a uma metapesquisa cuja intenção era justamente descobrir modelos possíveis para a produção de reflexões sobre o funcionamento das redes brasileiras de comunicação e cultura. Outro empreendimento envolveu a elaboração de um mapeamento do contexto brasileiro de produção de mídia independente. Além disso, foram produzidos, colaborativamente, os chamados “Cadernos Submidiáticos”, arquivos em *pdf* disponibilizados na página eletrônica do Descentro, que visam documentar as discussões geradas nas diferentes versões do encontro Submidialogia por meio da editoração de conversas gravadas durante os debates¹³⁷.

¹³⁵ A relação entre gênero e tecnologia é uma questão a parte trabalhada por mulheres que participam e colaboram com manifestações de ativismo de mídia e produção cultural crítica por meio de um grupo de estudos chamado g2g, que também se reúne ao redor da plataforma Mídia Tática. Segundo Tatiana Wells, um das integrantes do grupo, o g2g surgiu em meados de 2005 e corresponde a uma “uma tentativa, ao lado de tantas outras, para as mulheres refletirem sobre as ferramentas e conceitos que usam em seus trabalhos cotidianos”. O g2g envolve a manutenção de um *blog* (<http://www.interfaceg2g.org/>) contendo notícias e textos sobre o feminismo, além da promoção de debates *online* e reuniões presenciais

¹³⁶ <http://pub.descentro.org/>

¹³⁷ Até o final de 2007, seis versões dos “Cadernos Submidiáticos” haviam sido produzidos ou estavam em estágio avançado de produção com temas como: 1) a relação entre a teoria e a prática nas manifestações nacionais de ativismo de mídia; 2) a difícil busca por autonomia por estas iniciativas; 3) as parcerias formadas

De certa forma, o Descentro concentra e refina alguns dos principais objetivos da plataforma Mídia Tática, como o de sustentar uma rede de grupos atuantes na área de produção crítica de mídia e cultura, do mesmo modo que documentar e refletir sobre as atividades desta rede. Como visto até aqui, a plataforma Mídia Tática dá ênfase à organização de encontros, festivais e conferências com o objetivo de potencializar as relações entre os grupos de ativismo de mídia contemporâneos, que muitas vezes se articulam somente em ambientes *online*. Para Tatiana Wells, estes eventos “objetivam afinar discursos, matar as saudades, experimentar com nós mesmos as nossas práticas, um momento de influxo da rede”. Felipe Fonseca também ressalta o caráter social destes acontecimentos: “existe uma coisa de espírito humano, de querer encontrar semelhanças e semelhantes”, diz ele, que complementa:

De repente, o Submidialogia é tentar ter uma articulação com grupos que tem coisas afins, mas que não necessariamente são iguais. Eu acho que é natural, saca? E, na verdade, é muito divertido, os encontros são sempre divertidos e continua tendo essa diversidade. De chegar e se perguntar: “o que essas pessoas estão fazendo”? Tá todo mundo dando as mãos para tomar choque junto, aí de repente eu tô lá no meio. Porque tem uma questão de estar envolvido com um novo sei lá o quê. A gente tá inventando alguma coisa nova que a gente não consegue entender, e talvez a gente não vai entender tão rápido. Mas isso é uma coisa que é diferente de a gente querer emular maneiras de resistência que já existiam.

Porém, se por um viés estes festivais podem ser vistos como um momento auto-referencial das manifestações de ativismo de mídia, arte e crítica cultural no país, em que os grupos podem se encontrar, interagir, descobrir afinidades entre suas atividades, formar coalizões e refletir sobre suas próprias práticas, há que se ressaltar que a grande maioria destes eventos são abertos a toda e qualquer participação. Existe, inclusive, uma preocupação em aglutinar novas iniciativas e novos colaboradores a cada edição destes encontros. Assim, não é o caso de afirmar que estes momentos propiciem somente a sedimentação de um aglomerado de grupos específicos, fechado em si mesmo. Por uma outra perspectiva, porém, os festivais correspondem também a um momento de divulgação dos temas trabalhados – muitas vezes apenas no ambiente virtual – pela plataforma Mídia Tática, como sustenta Tatiana Wells.

com manifestações no exterior; 4) a organização em rede; 5) as intersecções entre mídia e arte; 6) as discussões geradas pelo Ciclo Gambiarra, uma iniciativa voltada para a reflexão sobre as formas de apropriação da tecnologia e que envolveu os chamados “Diálogos na Casinha”: debates temáticos com colaboradores da rede MetaReciclagem e outros artistas e teóricos transmitidos *online*.

O trabalho em oficinas, diferentemente, corresponde às práticas concretas de ativismo de mídia promovidas pela plataforma Mídia Tática. A ênfase destas iniciativas na promoção de competências e de habilidades dos cidadãos em relação às novas e velhas tecnologias de comunicação, na pedagogia crítica de mídia e na apropriação tecnológica demonstram a crença dos grupos atuantes na capacidade dos meios de comunicação gerarem transformações sociais e serem convertidos em ferramentas de participação política. Frente a esta perspectiva, perguntei à Tatiana Wells que tipo de transformação social seria possível gerar a partir do trabalho com as mídias. Ela me respondeu do seguinte modo:

Não há nada que somente UM MEIO faça por nós, são as pessoas por trás dele, de onde surge, com quais recursos e gambiarras... Seu potencial expressivo, de subjetividades múltiplas, isso que somos e que foi apagado por 500 anos de dominação colonialista. Veja, não podemos eleger a “mídia” como transformadora, pois existem as globos e renasceres da vida. Elegemos o nosso potencial comunicativo e a nossa apropriação das ferramentas para reconstruirmos nossa própria história, sem as pressões de mercado, moda ou políticas. Trabalhamos pela fruição dos meios!

É interessante sublinhar a importância dada por Tatiana Wells não às tecnologias de comunicação em si – muitas vezes ritualizadas por grupos de ativismo de mídia que assumem o mote de que “o meio é a mensagem” – mas ao potencial comunicativo dos indivíduos, sua capacidade de expressão e criatividade, que hoje são, quase inevitavelmente, mediados pelos meios de comunicação. Nota-se, a partir desta afirmação, a ênfase dada à busca pela promoção de uma liberdade de expressão individual desprendida de preocupações econômicas ou ideológicas. O que está em jogo é a possibilidade assumir o protagonismo na construção das representações sociais, mas não necessariamente para garantir fidelidade aos fatos ou buscar uma representação mais justa, e sim para tirar proveito das potencialidades inscritas nos meios de comunicação de experimentar novas linguagens, novas técnicas, novas perspectivas. Aqui, a idéia de “fruição dos meios” está imbricada na idéia da experimentação, e é por isso que a mídia, por si só, não pode gerar transformações. É no fomento do seu uso tergiversante e criativo, na promoção da gambiarra e do improviso, que reside a aposta das ações da plataforma Mídia Tática.

Se este trabalho à procura da fruição dos meios não afirma um posicionamento confrontacional direto em relação à mídia instituída, há uma opção política em jogo, ao se explorar modelos distintos de produção midiática. Para Tatiana Wells, ao menos, as atividades da Mídia Tática buscam oferecer alternativas “ao capitalismo e a expropriação das riquezas

materiais e imateriais dos seres humanos, fauna e flora”. Essa preocupação, que demonstra inclusive uma atenção à totalidade das relações sociais, é trabalhada, porém, a partir de uma perspectiva micropolítica, que se baseia na produção de subjetividades em ações localizadas.

5. Considerações finais

O objetivo central deste trabalho era elucidar alguns dos principais contornos e nuances de uma série de iniciativas culturais e midiáticas autônomas com intenções críticas que, ao explorar e promover modelos experimentais de uso dos meios de comunicação, visam transformá-los em ferramentas centrais para influir nas assimetrias de poder existentes nas atuais configurações da sociedade. Como hipótese, sugeri que estes fenômenos poderiam ser entendidos como manifestações de ativismo de mídia contemporâneo, que elegem como causa específica para seus esforços e questionamentos o próprio ambiente midiático – ou seja, desde as competências e habilidades dos usuários de mídia, passando pelos textos produzidos pelos veículos comerciais, até as leis que os regulam, além de inúmeras outras questões referentes aos meios de comunicação.

De modo correlato, interessava-me entender os deslocamentos produzidos por estas ações no campo da arte (uma vez que estes empreendimentos mantêm uma relação de proximidade com o pólo artístico), quais as premissas políticas particulares que o ativismo de mídia conjuga em suas atividades (levando em consideração que estas iniciativas representam a procura por novos modelos de contestação e de resistência política), e como estas manifestações (originadas no contexto da emergência das mais recentes tecnologias de comunicação e informação) buscam tornar efetivos os potenciais inscritos nas novas ferramentas digitais.

Neste momento final do trabalho, gostaria de construir uma síntese das impressões adquiridas ao longo dos estudos de casos, além de apontar determinadas características peculiares identificadas nas ações de ativismo de mídia contemporâneo no Brasil. A primeira questão a ser considerada se refere, assim, a como os meios de comunicação são utilizados nestas manifestações como artifícios de contestação. De acordo com a análise dos grupos, a atuação das manifestações de ativismo de mídia no país se espalha pelos mais diferentes meios de comunicação: do rádio às tecnologias digitais, dos cartazes e panfletos aos aparatos destinados a produção audiovisual. Uma lógica distinta está presente, porém, em todas as atividades, a noção de *apropriação*: do discurso televisivo; do espaço público; das tecnologias digitais; da capacidade de produzir informação e cultura.

Ao contrário de modelos tradicionais de uso dos meios de comunicação como instrumentos políticos, que se focam no conteúdo transmitido, as mais recentes iniciativas de ativismo de mídia enfatizam o próprio processo de produção comunicativo, fomentado

competências para a leitura crítica dos textos veiculados pelos meios comerciais, a promoção de habilidades no manejo dos aparatos tecnológicos comunicacionais e o cultivo de sensibilidades mais atentas em relação à experiência urbana. Mais do que uma ritualização dos meios, no entanto, o que o ativismo de mídia contemporâneo almeja potencializar é a capacidade de experimentação, de exercício da criatividade e da expressão dos indivíduos por trás dos meios de comunicação. Neste deslocamento, apresenta-se uma forte preocupação pedagógica, trabalhada, contudo, por meio de metodologias participativas, em que seus proponentes procuram adaptar suas expectativas de acordo com os anseios dos indivíduos pertencentes às comunidades e aos contextos sociais onde estas iniciativas se inserem.

Revela-se, assim, uma característica peculiar das manifestações brasileiras de ativismo de mídia em relação às ações estrangeiras. Se no exterior, atividades semelhantes assumem uma atitude de confronto em relação à mídia instituída, visando sua deslegitimação, o ativismo de mídia nacional – em grande parte atento às desigualdades que marcam nossa sociedade – trabalha no sentido de propiciar a colaboração e a solidariedade entre aqueles que se encontram excluídos do ambiente midiático a não ser como consumidores.

Ademais, a escolha feita por estas manifestações em focarem seus esforços no trabalho com os meios de comunicação demonstra o papel de destaque que a cultura da mídia e os dispositivos comunicacionais possuem, atualmente, na mediação das relações sociais. Se esta conclusão já se tornou um consenso entre especialistas e pesquisadores, o surgimento de ações de ativismo de mídia ilustra como a própria sociedade está atenta à relevância e à ubiquidade da mídia na contemporaneidade.

Ao pensar as manifestações de ativismo de mídia como reflexo do protagonismo assumido pelos meios de comunicação atualmente, é impossível não refletir também sobre como a inserção das mais recentes ferramentas digitais no cenário comunicacional influi nestas atividades. A emergência da internet e a massificação do uso dos computadores pessoais foram precedidas e acompanhadas por um discurso otimista, que enxergava nas novas tecnologias uma ameaça inata à lógica comercial que rege os meios de comunicação massivos tradicionais. Todavia, o desenvolvimento destes meios presenciou, em grande parte, uma adaptação dos interesses mercantis às novas configurações do ambiente virtual. As promessas de acesso para todos, livre circulação de conhecimento e novas formas de partilha se viram restritas, assim, à lutas localizadas, como as comunidades de usuários e de produtores de *software* livre e utilizadores de programas de compartilhamento de arquivos ponto-a-ponto (*peer-to-peer*, ou P2P).

Se o ativismo de mídia contemporâneo assume para si, muitas vezes, o discurso otimista acerca das potencialidades das novas tecnologias, sua principal ênfase consiste em criar maneiras de efetivá-las. De um modo mais instrumental, a internet influi nestas manifestações ao servir como espaço para divulgação dos trabalhos e ações dos grupos; sua utilização para a formação de coalizões entre estas iniciativas e para a construção de ambientes comuns de trabalho aponta, porém, para uma simbiose mais profunda entre as práticas de ativismo de mídia e as ferramentas digitais.

Iniciativas como o MetáFora e, posteriormente, a MetaReciclagem, a plataforma Mídia Tática e o Descentro são manifestações que, basicamente, surgiram na internet. Imbuídas, portanto, da horizontalização dos processos comunicacionais propiciadas por este meio, estas atividades se fazem valer de um tipo de organização que privilegia a descentralização e as tomadas de decisão emergentes, não-hierárquicas. O fenômeno dos coletivos, tanto de arte quanto de militância política, já aponta para a diluição da noção de autoria ou do papel de liderança, mas é na internet que este tipo de associação encontra o melhor ambiente para se realizar. O modelo de atuação baseado na organização em rede permite, por sua vez, às práticas de ativismo de mídia se adequar às diferentes realidades em que se inserem, além de promover uma continua revitalização de suas premissas, por meio de debates *online* que são, muitas vezes, o eixo agregador dos distintos praticantes de algumas ações, como a MetaReciclagem.

Ainda em relação às mais recentes tecnologias de comunicação e informação, é necessário salientar a ênfase dos grupos de ativismo de mídia em testar novas metodologias para remediar a questão da exclusão digital. Em congruência com sua proposta de influir nas assimetrias do poder do ambiente midiático por meio da promoção da liberdade de expressão e da criatividade individual, as ações de ativismo de mídia nacionais que se voltam para a problemática da desigualdade de distribuição no acesso às ferramentas digitais não trabalham simplesmente o uso instrumental das tecnologias de informação, mas se dedicam a uma sensibilização quanto aos potenciais sociais inscritos nestes dispositivos. Da criação de novos usos para o aparato tecnológico, passando pela promoção do exercício de experimentar novas fórmulas narrativas na internet, até uma desmistificação do *hardware* por meio da sua desconstrução e da sua pintura, o que estas iniciativas anseiam é um questionamento quanto à própria função das tecnologias informacionais na contemporaneidade.

Neste sentido, o ativismo de mídia pode ser interpretado como um sinal da emergência de uma cultura conectada que não se contenta em aceitar as apologias publicitárias da

indústria de tecnologia e que anseia experimentar, através de uma apropriação crítica destas ferramentas, até que ponto a disponibilização destes instrumentos pode gerar transformações sociais por meio da partilha do conhecimento, do incentivo à colaboração e da formação de redes sociais no sentido de construir uma *cultura livre*.

Outra questão que perpassa esta pesquisa refere-se à relação entre as práticas de ativismo de mídia e o campo da arte e das suas instituições. Talvez seja aqui que os discursos dos diferentes grupos de ativismo de mídia mais se desencontram. Algumas iniciativas originam-se no campo artístico e mantêm uma estreita relação com este pólo, enquanto outras manifestações relativizam o caráter artístico de suas ações ou, até mesmo, não se identificam como arte. Alguns grupos sustentam que a arte serve como uma espécie de disfarce para práticas eminentemente contestatórias, ao mesmo tempo em que, muitas vezes, a denominação destas atividades como artísticas parece surgir de uma dificuldade de caracterizar de outra maneira um trabalho imaterial ou semiótico que não tem fim comercial. Todas estas perspectivas indicam, no entanto, uma tentativa de tornar a arte mais participativa, de refuncionalizá-la socialmente, revestindo-a de um caráter crítico.

Esta proposta demonstra uma revitalização dos ideais desenvolvidos a partir das vanguardas históricas europeias, que emprestam ao ativismo de mídia contemporâneo o gosto pela apropriação dos textos culturais instituídos, pela bricolagem, pelo jogo, pela promoção de uma criatividade disruptiva, que desafia a racionalidade instrumental das sociedades capitalistas, e neste processo, assume conotações políticas. O coletivo Poro, por exemplo, pretende que todos se assumam como artistas e que arte esteja próxima ao cotidiano, ao passo em que para alguns colaboradores da plataforma Mídia Tática, só é possível desconstruir a arte.

Contanto, são também bastante difusos os modos como as diferentes práticas de ativismo de mídia se filiam à história da arte e assumem para si concepções sobre o que é arte. Interpretações mais tradicionais da noção convivem com um entendimento da arte como um conjunto de habilidades cotidianas mais próximas à definição das ações táticas identificadas por Certeau (1984 [1994]). Um reflexo, quiçá, da polissemia que hoje caracteriza o termo.

A aproximação das práticas de ativismo de mídia com o campo artístico pode, em muitos casos, apontar para o perigo da cooptação destas atividades pelo mercado. Uma vez que a atual fase do capitalismo se caracteriza pela promoção do consumo da (aparente) diferença, é necessário concordar com Heath e Potter (2005) na afirmação de que “a rebeldia vende”. A comercialização dos ideais do ativismo de mídia como manifestações de arte para

os indivíduos mais “antenados” é, portanto, um risco eminente, mas a caracterização destas iniciativas como arte não deve ser interpretada imediatamente como uma dissolução de suas perspectivas críticas.

Como uma revitalização da *corrente crítica expressivista*, o ativismo de mídia contemporâneo encontra na arte um terreno fértil para o exercício da experimentação e da criatividade. É possível sugerir que a aproximação destas práticas com o pólo artístico advém, inclusive, de um desejo de procurar novos posicionamentos críticos quanto às atuais configurações da sociedade não por meio de uma militância sisuda e logocêntrica, mas por meio de uma politização do fazer artístico que leva em conta o prazer e o lúdico.

Deste modo, volto-me, por fim, para a especificidade política das manifestações de ativismo de mídia. Para entender as premissas políticas que estas práticas conjugam é necessário levar em consideração a conjuntura que molda o quadro de onde emergem estas atividades. O surgimento do ativismo de mídia contemporâneo está intrinsecamente ligado à tão proclamada crise da democracia representativa, a um enfraquecimento do projeto político da esquerda tradicional e a uma fragmentação das lutas políticas por causas específicas, em um processo que se inicia ainda na década de 1960. O ativismo de mídia contemporâneo, por conseguinte, aposta em ações diretas, que experimentam novos modelos de resistência e de contestação que, por sua vez, têm como foco principal as relações de poder instituídas no ambiente midiático.

No que concerne à preferência por ações diretas, a escolha do ativismo de mídia se revela em atividades que, ao invés de apostarem na representatividade por meio de uma militância político-partidária, operam através de intervenções pontuais no cotidiano, seja com interferências concretas no dia-a-dia urbano, na promoção de oficinas com comunidades locais ou na organização de espaços físicos auto-geridos voltados para a produção cultural e midiática. Apesar de, freqüentemente, associarem-se a projetos de políticas públicas, as manifestações de ativismo de mídia não demonstram esforços sistemáticos em cobrar dos governantes as atitudes necessárias para que as questões com as quais os grupos trabalham sejam solucionadas. Muito pelo contrário, a política institucional é vista com descrença e desconfiança, e por isto é cultivada uma perspectiva que privilegia um *ethos* “faça você mesmo”.

Ao mesmo tempo em que o ativismo de mídia pretende assumir o protagonismo de suas ações políticas, trabalha num contínuo questionamento das ideologias de esquerda e de direita, o que resulta, em síntese, em um posicionamento de anti-poder. Suas práticas não se

apresentam, necessariamente, como soluções universais, que devem estar acessíveis a todos os indivíduos ou articulam um projeto político de transformação total e sistemática das estruturas sociais. Frente a falta de um projeto político coeso a que se filiar, sua ênfase recai na expectativa de gerar transformações de cunho individual e subjetivo.

O ativismo de mídia contemporâneo desenvolve ações por um viés micropolítico, que trabalha as percepções e as sensorialidades tanto dos proponentes destas iniciativas, quanto dos indivíduos a que se dirige. Para o Mídia Sana, por exemplo, o próprio ato de recombinar trechos da programação televisiva comercial se configura como espécie de libertação dos integrantes do coletivo, enquanto para os promotores da MetaReciclagem, as oficinas de apropriação crítica da tecnologia envolvem um aprendizado mútuo entre oficineiros e oficinados, que implica em um processo coletivo de transformação pessoal. Neste projeto, reside a aposta de que seja possível influir nas relações de poder da sociedade por meio da promoção de rupturas paradigmáticas nos modos de pensar, ver, sentir e se expressar.

Ao refletir sobre as perspectivas políticas assumidas pelo ativismo de mídia contemporâneo é preciso sublinhar que os indivíduos engajados nestas atividades são, em grande parte, jovens entre 25 e 35 anos, de classe média, com profissões ou interesses próximos ao ambiente midiático. São pesquisadores e estudantes de Comunicação, publicitários, jornalistas, designers, músicos, artistas plásticos etc. A maioria sem um histórico de militância, seja político-partidária, seja estudantil. Isto não significa, contudo, que os praticantes de ativismo de mídia sejam cegos às injustiças sociais existentes no país. Muito pelo contrário, a ênfase destas manifestações em se inserirem em comunidades desfavorecidas e em trabalharem em contextos sociais de exclusão demonstra uma preocupação especial em relação às pungentes desigualdades que marcam nossa sociedade. Todavia, a forma escolhida por estes indivíduos para trabalhar estas questões é, principalmente, voltada para o uso dos meios de comunicação.

Dada a centralidade da mídia na contemporaneidade, é possível sugerir que nenhum tipo de empreendimento que se pretenda crítico consiga fugir por completo de um relacionamento com a mídia. As próprias manifestações de ativismo de mídia analisadas anteriormente não articulam somente questionamentos quanto aos meios de comunicação. De fato, o abandono do espaço público pelas administrações governamentais, preocupações ecológicas e ambientais, críticas diretas aos governantes e às corporações multinacionais, questões sobre gênero e sexualidade, além de uma gama de outros temas são também abraçadas pelas manifestações de ativismo de mídia. Todavia, ao contrário de iniciativas que

utilizam a mídia de diversas maneiras para fazer avançar seus objetivos específicos, as ações analisadas aqui demonstram um especial interesse em problematizar as funções sociais dos meios de comunicação massivos, do mesmo modo que visam descobrir como estas mídias podem ajudar a gerar transformações sociais baseadas no cultivo da liberdade de expressão e no exercício da experimentação e da criatividade individual.

Mais do que validar ou não esta expectativa, o presente trabalho se interessou em documentar estas atividades e entender suas propostas e nuances. Durante a pesquisa, diversos foram os desafios encontrados: da falta de uma bibliografia que dê conta das manifestações culturais e midiáticas que chamo aqui de ações de ativismo de mídia até a dispersão geográfica dos grupos atuantes pelo território nacional e a periodicidade esporádica de suas ações, o que por vezes dificultou a observação presencial destas práticas.

Ao propor entender o fenômeno do ativismo de mídia a partir de sua ênfase em uma utilização crítica e exploratória dos meios de comunicação, que neste processo relaciona-se com o pólo artístico, conjuga premissas políticas particulares e busca efetivar as potencialidades oferecidas pela emergência das novas tecnologias de informação e comunicação, minha pretensão era encontrar um modo de apreender estas atividades que fosse capaz de tornar visível o caráter interseccional, multidisciplinar e plural destas iniciativas.

Pode-se argumentar que a efetivação desta proposta só é viável à custa de um maior aprofundamento em cada um dos terrenos com os quais as ações de ativismo de mídia se relaciona. No entanto, creio que a maior contribuição desta pesquisa seja justamente demonstrar que o ativismo de mídia contemporâneo se apresenta como um interessante fenômeno que revela a importância dos meios de comunicação na contemporaneidade, na medida em que, hoje, são conjugados esforços baseados na crença de que a interferência no ambiente midiático seja capaz de influir em assimetrias de poder existentes em toda a sociedade. Ao mesmo tempo, o ativismo de mídia reflete o ímpeto de artistas e de produtores culturais em transformar a arte em uma ferramenta crítica, que rompe as fronteiras das instituições artísticas para se realizar no dia-a-dia das cidades, por meio de performances e intervenções urbanas. Ademais, o ativismo de mídia contemporâneo diz também sobre o estado atual da cibercultura nacional e demonstra a preocupação de uma parcela daqueles envolvidos com as ferramentas digitais em criar formas de inclusão menos paternalistas para os excluídos do acesso a estes instrumentos. Por fim, o ativismo de mídia contemporâneo traz à tona o surgimento de novas modalidades de resistência e contestação, voltadas para causas específicas e não para a transformação total das estruturas sociais, descrentes de ideologias

rígidas e marcadas pela busca por transformações pessoais de cunho subjetivo, de modo a cultivar novas formas de “estar no mundo”, que levam em consideração o prazer, a diversão e o estético, sem com isso perderem seu caráter crítico.

No entanto, para além da riqueza das ações de ativismo de mídia contemporâneo como objetos de estudo de diferentes campos e para o entendimento da própria contemporaneidade, estas atividades demonstram que ainda floresce a recusa e a inquietação em relação às narrativas instituídas pelos meios de comunicação dominantes, assim como ao “pensamento único” e seus interesses mercantis. As ações de ativismo de mídia nem sempre possuem grande abrangência ou articulam um projeto político claro e coeso, as perspectivas de fracasso ou de cooptação estão sempre presentes, e, sozinhas, estas as práticas não são capazes – e nem mesmo ambicionam – uma radical transformação das estruturas sociais. Contudo, acredito que os esforços de seus praticantes e promotores contribuí de forma valiosa para a criação de espaços de cultivo do dissenso e da criatividade, em busca de alternativas às atuais formas de produção de cultura e de informação, regidas pelo interesse comercial. Não tenho dúvidas que a verdadeira democratização da sociedade passa pela democratização de sua mídia, e neste sentido, as propostas do ativismo de mídia contemporâneo se revelam como experiências de grande valor para este projeto.

Referências

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985 [1947].

ALBORNOZ, Luis; HERSCHMANN, Micael. Os observatórios ibero-americanos de informação, comunicação e cultura: balanço de uma breve trajetória. *E-Compós*, nº 7, dezembro de 2006. Disponível em: http://boston.braslink.com/compos.org.br/e-compos/adm/documentos/ecompos07_dezembro2006_albornoz_micael.pdf. Acesso em 12/06/2007.

ANTOUN, Henrique. Jornalismo e ativismo na hipermídia. *FAMECOS*, nº 16, p. 135-147, dezembro de 2001.

_____. A multidão e o futuro da democracia na cibercultura. In: FRANÇA, Vera, WEBER, Maria Helena, PAIVA, Raquel e SOVIK, Liv. *Livro do XI COMPÓS*, p. 165-192. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. Mobilidade e governabilidade nas redes interativas da comunicação distribuída. *Razón y Palabra*, nº 49 (2), 2006. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%202/MobilidadeeGovernabilidadenasRedes.pdf>. Acesso em 27/01/2008

ARAÚJO, Lúcio Henrique. *Orquestra Organismo*: poética do agenciamento coletivo. Monografia de conclusão de curso de Pós-Graduação. Especialização em História da arte moderna e contemporânea da Escola de Música e Belas Artes do Paraná, Curitiba, 2007.

ARQUILLA, John; RONFELDT, David. Networks, netwars and the fight for the future. *First Monday*, ano 6, nº 10, 2001. Disponível em: http://www.firstmonday.org/ISSUES/issue6_10/ronfeldt/. Acesso em 10/01/2008.

ASSIS, Diego. Grupo põe bigodinhos em outdoor de SP. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, p. 7, 30 abril de 2005.

ASSIS, Érico Gonçalves de. O novo protesto: táticas de manifestação midiaticizadas em movimentos sociais. Trabalho apresentado no XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2004. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18005/1/R1023-1.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

_____. Os manuais da mídia no ativismo político contemporâneo. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2005. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18024/1/R1204-1.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

_____. *Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2006.

ATTON, Chris. *Alternative media*. Londres: Sage, 2002.

ATTON, Chris; COULDRY, Nick. Introduction. *Media, Culture e Society*, nº 25. p. 579-586, 2003.

AUTONOME A.F.R.I.K.A GRUPPE. Communication guerilla: using the language of power. In: LUBBERS, Eveline (org.). *Battling big business: countering greenwash, infiltration and other forms of corporate bullying*, p. 166 - 176. Melbourne: Scribe, 2002a.

_____. Communication guerilla - transversality in everyday life. *Republicart*, 2002b. Disponível em: http://www.republicart.net/disc/artsabotage/afrikagruppe01_en.htm. Acesso em 30/11/2007.

_____. What about communication guerrilla. In: RICHARDSON, Joanne (org.). *Anarchitexts: voices from the global digital resistance*, p. 86-92. New York: Autonomedia, 2003.

AZEVEDO, Fernando; RUBIM, Antonio. Albino Canelas. Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa. *Lua Nova*, nº 43, p. 189-216, 1998.

BAKHTIN, Mikhail M. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense, 1981.

_____. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 1987.

BAUDRILLARD, Jean. Requiem pelos 'media'. In: *Para uma crítica da economia política do signo*. p. 167-189. Lisboa: Edições 70, 1972.

BEIGUELMAN, Giselle (org). *Link-se - arte/mídia/política/cibercultura*. São Paulo: Petrópolis, 2005.

BEHNKE, Christoph. Culture jamming and advertising techniques. *Republicart*, 2003. Disponível em http://www.republicart.net/disc/artsabotage/behnke01_en.htm. Acesso em 30/11/2004.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas 1, magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

BERGER, Christa. A pesquisa em comunicação popular e alternativa. In: PERUZZO, Cicilia (Org.). *Comunicação e culturas populares*, p. 15-25. São Paulo: INTERCOM, 1995.

_____. Crítica, perplexa, de intervenção e de denúncia: a pesquisa já foi assim na América Latina. *InTexto*, nº 6, 1999. Disponível em <http://www.intexto.ufrgs.br/v6n6/a-v6n6a2.html>. Acesso em 10/07/2007.

BEY, Hakim. *TAZ: zona autônoma temporária*. São Paulo: Conrad, 2001.

BLISSETT, Luther. *Guerrilha psíquica*. São Paulo: Conrad, 2001.

BORDOWITZ, Gregg. What is tactical media? An open-ended list. In: ABRASH, Barbara; GINSBURG, Faye (orgs.). *Tactical Media: the virtual casebook*. Universidade de Nova Iorque, 2002. Disponível em: http://www.nyu.edu/fas/projects/vcb/definingTM/bordowitz_gregg.html. Acesso em 10/04/2007.

BORON, Atilio. Poder, 'contrapoder' e 'antipoder': notas sobre um extravio teórico-político no pensamento crítico contemporâneo. In: MORAES, Denis (org.). *Combates e utopias*, p. 97-120. Rio de Janeiro: Record, 2004.

BRAMAN, Sandra. Defining tactical media: an historical overview. In: ABRASH, Barbara; GINSBURG, Faye (orgs.). *Tactical Media: the virtual casebook*. Universidade de Nova Iorque, 2002. Disponível em: http://www.nyu.edu/fas/projects/vcb/contributors_edition911.html. Acesso em 10/04/2007.

BRETAS, Maria Beatriz. Ativismos na rede: possibilidades para a crítica de mídia na internet. In: BRETAS, Maria Beatriz (org.). *Narrativas telemáticas*. v. 4, p. 129-142. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

BRUNET, Karla Schuch. Do-it-yourself as free culture practices. Perspectives of Brazilian network projects. *RE:activism: re-drawing the boundaries of activism in new media environment*. Budapeste: 2005.

BURGER, Peter. *Theory of the avant-garde*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1984.

CABRAL, Ana Julia Cury de Brito. Sociedade do espetáculo e resistência juvenil: estratégias midiáticas na formulação de uma contracultura. In: FREIRE FILHO, João e HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Comunicação, cultura e consumo: a (des)construção do espetáculo contemporâneo*, p. 137-152. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

_____. *O contra-espetáculo da era neoliberal: estratégias artísticas e midiáticas da resistência jovem no Brasil*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

CAETANO, Miguel Afonso. *Tecnologias de resistência: transgressão e solidariedade nos media tácticos*. Dissertação de mestrado. Departamento de Sociologia do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa, 2006.

CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica: ensaios sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

CARDON, Dominique e GRANJON, Fabien. Les mobilisations informationelles dans le mouvement altermondialiste. *Colloque Les Mobilisations Altermondialistes*, Paris, 2003. Disponível em: <http://www.afsp.msh.paris.fr/activite/groupe/germm/collgermm03txt/germm03cardon.pdf>. Acesso em 10/04/2007.

CARDUCCI, Vince. Culture jamming: a sociological perspective. *Journal of consumer culture*, v. 6 nº1, p.116-138, 2006.

CARROLL, Nick; HACKETT, Robert. Democratic media activism through the lens of social movement theory. *Media, Culture e Society*, vol. 1, nº 28, p. 83-104, 2006.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. artes do fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994 [1980].

CLAUSWITZ, Sfeer Von. A reaction to tactical media. In: RICHARDSON, Joanne (org.). *Anarchitexts: voices from the global digital resistance*, p. 133-137. New York: Autonomedia, 2003.

CRITICAL ART EMSEMBLE. *Distúrbio eletrônico*. São Paulo: Conrad, 2001a.

_____. *Digital resistance: explorations in tactical media*. New York: Autonomedia, 2001b.

_____. Framing tactical media. *Next five minutes 4 reader*, p. 7-11, 2003. Disponível em http://www.n5m.org/n5m4/dox/n5m_reader.pdf. Acesso em 30/01/2008.

COGO, Denise. Comunicação, mídia e cidadania: um percurso pelas interfaces de um Núcleo de Pesquisa da Intercom. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da

Comunicação – Intercom, 2005. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18025/1/R1242-1.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

COULDRY, Nick; CURRAN, James (orgs.). *Contesting media power: alternative media in a networked world*. Lanham: Rowman and Littlefield, 2003.

COUTINHO, Calos Nelson. *Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003.

COUTINHO, Eduardo Granja; PAIVA, Raquel. Escola popular de comunicação crítica. *E-Compós*, v. 8, p. 8, 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/ecompos/adm/documentos/ecompos08_abril2007_coutinho_paiva.pdf. Acesso em 30/01/2008.

COX, David. Notes on culture jamming. *Nettime*, 2000. Disponível em: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-0010/msg00314.html>. Acesso em 10/08/2006.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBORD, Guy; WOLMAN, J.G. A user's guide to détournement. 1956. Disponível em: <http://www.bopsecrets.org/SI/detourn.htm>. Acesso em 31/11/2004

DERY, Mark. *Culture jamming: hacking, slashing and sniping in the empire of signs*. Westfield: Open Magazine Pamphlet Series, 1993. Disponível em: <http://www.levity.com/markdery/culturjam.html>. Acesso em 28/01/2008.

_____. Interview with Critical Art Ensemble. s/d. Disponível em <http://www.levity.com/markdery/cae.html>. Acesso em 09/04/2006.

DIBBELL, Julian. We pledge alliance to the Penguin. *Wired magazine*, nº 12.11, Novembro de 2004. Disponível em http://www.wired.com/wired/archive/12.11/linux_pr.html. Acesso em 10/05/2007.

DIMANTAS, Hernani. *Linkania: a sociedade da colaboração*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2006.

DOWNING, John. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: SENAC São Paulo, 2002.

DU GAY, Paul (org.). *Production of culture/ cultures of production*. London: Sage, 1997.

DUNCOMBE, S. *Notes from underground: zines and the politics of alternative culture*. London/ New York: Verso, 1997.

ECO, Umberto. *Obra aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 1986 [1962].

_____. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1987 [1964].

_____. Guerrilha semiológica. In: *Viagem na irrealidade cotidiana*, p. 165-175. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1984 [1967].

_____. *A estrutura ausente: introdução à pesquisa semiológica*. São Paulo: Perspectiva, 1971 [1968].

ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para uma teoria dos meios de comunicação*. São Paulo: Conrad, 2003 [1970].

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. *Comunicação & recepção*. São Paulo: Hacker, 2005.

FERNANDEZ-DELGADO, Florencio Cabello. Interferencias en la transmisión: aproximación teórica al *culture jamming*. *Razón y Palabra*. nº 49. 2006. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%201/CultureJammingCABELLO.pdf>. Acesso em 10/04/2007.

FERREIRA, Maria Nazareth. *A imprensa operária no Brasil – 1880-1920*. Petrópolis: Vozes, 1978.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, Regina e SILVA, Carlos Eduardo Lins da (orgs.). *Comunicação Popular e Alternativa no Brasil*, p. 9-30. São Paulo: Edições Paulinas, 1986.

FLUSSER, Victor. A contra-informação como ato cultural. In: SILVA, Carlos Eduardo Lins (org.). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*, p. 159-164. São Paulo: Cortez/Intercom, 1982.

FOINA, Ariel; FONSECA, Felipe; FREIRE, Alexandre. O impacto da sociedade civil (des)organizada: cultura digital, os articuladores e software livre no projeto dos pontos de cultura do MinC. 2006. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/cultura_digital/artigos/index.php?p=14166emore=1ec=1epb=1. Acesso em 31/01/2008.

FONSECA, Felipe. *Cadernos submidialógicos 1: teoria, cadê?* 2007. Disponível em: http://pub.descentro.org/caderno_submidiatico_1_teorica_cade. Acesso em 10/05/2007.

_____. *MetáFora* 1.0. 2005. Disponível em: http://metareciclagem.org/material/imprimir/livro_metafora1.pdf. Acesso em 30/01/2008.

FOSTER, Hal. *The return of the real: the avant-garde at the end of the century*. Cambridge/London: MIT Press, 1996.

FRANÇA, Vera Veiga. Comunicação e política: edifica-se uma tradição? *Revista eletrônica da Compós*, 2000. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/revistacompos/compol.doc>. Acesso em 10/06/2007.

FREIRE FILHO, João. Usos (e abusos) do conceito de *espetáculo* na teoria social e na crítica cultural. In: FREIRE FILHO, João e HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Comunicação, cultura e consumo: a (des)construção do espetáculo contemporâneo*, p. 13-44. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

_____. *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FREITAS, Artur. *Contra-Arte: vanguarda, conceitualismo e arte de guerrilha – 1969-1974*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em História do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Feral do Paraná, Curitiba, 2007.

GARCIA, David. Old and new dreams for tactical media. *Nettime*, 1998. Disponível em <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9802/msg00112.html>. Acesso em 30/08/2007.

_____. Autolabs: critiquing utopia. *Mute magazine*. 2004. Disponível em: <http://www.metamute.org/en/Autolabs-Critiquing-Utopia>. Acesso em 30/01/2008.

GARCIA, David e LOVINK, Geert. The ABC of tactical media. In: RICHARDSON, Joanne. *Anarchitexts: voices from the global digital resistance*, p. 107-111. New York: Autonomedia, 2003 [1997].

_____. The DEF of tactical media. *Nettime*, 1999. Disponível em: <http://Amsterdã.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9902/msg00104.html>. Acesso em 10/05/2006.

_____. The GHI of tactical media: an interview by Andreas Broeckmann. *Nettime*, 2001. Disponível em: <http://Amsterdã.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-0108/msg00060.html>. Acesso em 10/05/2006.

GOHN, Maria da Glória Marcondes (Org.). *Movimentos sociais no início do séc XXI : antigos e novos atores sociais*. Petrópolis: Vozes, 2004.

GRINBERG, Máximo Simpson. (Org.). *Comunicação Alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.

GUATTARI, Félix. *As três ecologias*. Campinas: Papirus, 2005 [1989].

_____. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Rio de Janeiro: 34, 1992.

GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.

GUEDES, Gilse. Democracia na Rádio Livre Paulicéia. In: PERUZZO, Círcia M.K. (Org.). *Comunicação e culturas populares*. p. 71-77. São Paulo: Intercom, 1995.

HACKETT, Robert. Taking back the media: notes on the potential for a communicative democracy movement. *Studies in political economy*, nº 63, p. 61-86, 2000.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HAMILTON, James. Alternative media: conceptual difficulties, critical possibilities. *Journal of communication inquiry*, nº 24, v. 4, p 357-378, 2000.

HAMBURGUER, Esther. O carnaval como metáfora de energia. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, p.8, 10 de março de 2003.

HARDT, Michel e NEGRI, Antonio. *Império*. Rio de Janeiro. Record, 2005 [2000].

HEATH, Joseph; POTTER, Andrew. *Rebel Sell*. New York: HarperCollins, 2003.

HILL, Marcos. Sem a ternura precisar morrer... arranque a etiqueta de sua roupa. 2005. Disponível em: <http://www.canalcontemporaneo.art.br/blog/archives/000396.html>. Acesso em 30/01/2008.

HOLT, Douglas B. Por que as marcas criam problemas? Uma teoria dialética da cultura do consumo e das marcas. *ECO-PÓS*, vol. 6, nº 2, p. 25-71, 2003.

HOME, Stewart. *Assalto à cultura: utopia subversão guerrilha na (anti)arte do século XX*. São Paulo: Conrad, 1999.

HUYSEN, Andreas. *Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

JACQUES, Paola Berenstein (Org). *Apologia da deriva* (escritos situacionistas sobre a cidade). Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 2006 [1991].

JENKINS, Henry. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. New York/ London: Routledge, 1992.

_____. *Fans, bloggers, and gamers: media consumers in a digital age*. New York: New York University Press, 2006a.

_____. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006b.

JERONYMO, Guilherme. METARECICLAGEM - Repensando a rede a partir... da rede. *Cultura e Mercado*, 30 de julho de 2007. Disponível em: <http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=4&pid=3188>. Acesso em 30/01/2008.

JORDAN, Tim. *Activism!*. Londres: Reaktion, 2002.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001.

_____. Intelectuais e novas tecnologias. In: MORAES, Denis (org.). *Combates e utopias*, p. 285-314. Rio de Janeiro: Record, 2004.

KLEIN, Naomi. *Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

KORMANN, Aleessandra. Tortada é crítica bem-humorada, afirma ativista. *Folha de São Paulo*, Caderno Brasil, 27 de janeiro de 2003. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2701200312.htm>. Acesso em 10/01/2008.

LASN, Kalle. *Culture Jam: how to reverse America's suicidal consumer binge - and why we must*. New York: HarperCollins, 2000.

LESSIG, Lawrence. *Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. São Paulo: Trama, 2005.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 2000.

LEVY, Steven. *Hackers: heroes of the computer revolution*. Nova Iorque: Doubleday, 1984.

LOVINK, Geert. *Dark fiber: tracking critical internet culture*. Cambridge: MIT Press, 2003

_____. Tecnopolíticas em ação. *Trópico*, 2005. Disponível em: <http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2668,1.shl>. Acesso em 10/04/2007.

LOVINK, Geert e RICHARDSON, Joanne. Notes on sovereign media. In: RICHARDSON, Joanne (org.). *Anarchitexts: voices from the global digital resistance*, p. 183-189. New York: Autonomedia, 2003.

LOVINK, Geert e SCHNEIDER, Florian. A virtual world is possible: from tactical media to digital multitudes. *Next 5 minutes 4 reader*, p. 21-27, 2003.

LUDD, Ned (org.). *Urgência das ruas*. São Paulo: Conrad, 2002.

MACHADO, Arlindo. Contra a ibopização do pensamento (em defesa da mídia radical) – apresentação à edição brasileira de Mídia Radical. In: DOWNING, John. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*, p. 9-15. São Paulo: SENAC São Paulo, 2002.

MACHADO, Arlindo, MAGRI, Caio; MASSAGÃO, Marcelo. *Rádios livres, a reforma agrária no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Denis de (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*, p. 57-86. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2004.

_____. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola, 2005.

MATIAS, Alexandre. Núcleos de produção sem hierarquia fundem ativismo e diversão. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, p. 1, 01 de dezembro de 2003.

MATTELART, Armand. Comunicação, hegemonia e novas tecnologias na América Latina. In: SILVA, Carlos Eduardo Lins (org.). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*, p. 98-106. São Paulo: Cortez Intercom, 1982

_____. *História da sociedade da informação*. São Paulo: Loyola, 2002.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michele. *História das teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2004 [1995].

MAZETTI, Henrique Moreira. Intervenção: o aspecto tático da guerrilha cultural. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2005. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17127/1/R1348-1.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

_____. Entre o afetivo e o ideológico: as intervenções urbanas como políticas pós-modernas. *ECO-PÓS*, vol. 9, nº 2, p. 122-138, 2006.

_____. Mídia alternativa para além da contra-informação. Trabalho apresentado no V Encontro nacional de história da mídia – Rede Alcar, 2007. Disponível em cd-rom.

MCCHESNEY, Robert. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis de (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*, p. 217-242. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2004.

_____. A cornerstone of the media reform movement. 2006. Disponível em: <http://www.fair.org/index.php?page=2812>. Acesso em 10/07/2007.

MCCHESNEY, Robert; NICHOLS, John. The making of a movement: *The Nation*, janeiro de 2002b. Disponível em <http://www.thenation.com/doc.mhtml?i=20020107es=mcchesney>. Acesso em 10/06/2007.

_____. *Our media, not theirs: the democratic struggle against corporate media*. New York: Seven Stories Press, 2002b.

MCLAREN, Carrie. Culture jamming (tm): brought to you by Adbusters. *Stay Free!* nº 9, s/d. Disponível em: <http://www.stayfreemagazine.org/9/adbusters.htm>. Acesso em 10/05/2006.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

MELENDI, Maria Angélica. Desvio e aproximações. 2005. Disponível em <http://www.rizoma.net/interna.php?id=230&secao=artefato>. Acesso em 30/01/2008.

MEIKLE, Graham. *Future active: media activism e the internet*. Londres: Routledge, 2002.

_____. We are all boat people: a case study in internet activism. *Media International Australia - incorporating Culture and Policy*, nº 107, p. 9-18, 2003.

MEIRELES, Cildo. *Inserções em circuitos ideológicos*. Rio de Janeiro: Funarte, 1981.

MELO, José Marques de. *Comunicação e classes subalternas*. São Paulo: Cortez, 1980.

MESQUITA, André. Participação cultural e interferência nas tramas cognitivas do capitalismo. *404nOtF0und*, nº 56, julho-agosto, 2006. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_56.htm. Acesso 01/10/2006.

METARECICLAGEM. O livro verde da MetaReciclagem. 2006. Disponível em: <http://metareciclagem.org/material/LivroVerde/LivroVerde-20060712.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

MONACHESI, Juliana. A explosão do a(r)tivismo. *Folha de S. Paulo*, Mais!, p. 4-9, 06 de abril de 2003.

MORAES, Denis de (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2004.

MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, v. IX, p. 1-20, 2007.

MORAIS, Rodrigo de Oliveira. *Informacionalismo e ética hacker: resistências digitais na sociedade em rede*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005a.

_____. *www.sabotagem: pirataria ou resistência?*. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2005b. Disponível em <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17824/1/R1494-1.pdf>. Acesso em 30/01/2007.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Alternativa popular: comunicação e movimentos sociais. In: GRINBERG, Máximo Simpson. (Org.). *Comunicação Alternativa na América Latina*, p. 37-50. Petrópolis: Vozes, 1987.

MOUFFE, Chantal (org.). *Dimensions of radical democracy: pluralism, citizenship, community*. London: Verso, 1992.

NUNES, Marisa Aparecida Meliani. *Rádios livres: o outro lado da voz do Brasil*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1995.

OPEL, Andy. *Micro radio and the FCC: media activism and the struggle over broadcast policy*. Westport: Praeger Press, 2004.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PAIVA, Glauco. Considerações sobre arte no processo de MetaReciclagem. In: METARECICLAGEM. O Livro Verde da Metareciclagem. Disponível em: <http://metareciclagem.org/material/LivroVerde/LivroVerde-20060712.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

PASQUINELLI, Matteo (org.). *Mediactivismo: estrategias y prácticas de la comunicación independiente*. Roma: DeriveApprodi, 2002

PERUZZO, Cicilia. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998a.

_____. Mídia comunitária. *Comunicação e Sociedade*. nº32. p. 149-165, 1998b.

PINHEIRO, Marta Araújo; SILVA, Daniel Martins Lima. Internet e comunicação de resistência. *Revista Comum*, vol. 11, n. nº 25, p. 166-175, 2005.

RAMONET, Ignacio. O poder midiático. In: MORAES, Denis de (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. p. 242-253. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2004.

RAVIER, Valéria. *Caçadores de símbolos: culture jamming, a publicidade e seu duplo*. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2005.

RAYMOND, Eric Steven. *The cathedral and the bazaar*. Thyrus Enterprises, 2000. Disponível em: <http://catb.org/~esr/writings/cathedral-bazaar/introduction/>. Acesso em: 10/01/2008.

_____. How to become a hacker. 2005. Disponível em: <http://catb.org/~esr/faqs/hacker-howto.html>. Acesso em 14/08/2007.

REBOUÇAS, Edgar. Que bases teóricas para os estudos de políticas e estratégias de comunicações? Trabalho apresentado no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2003. Disponível em: <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4861/1/NP10REBOUCAS.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

RICHARDSON, Joanne. The language of tactical media. In: RICHARDSON, Joanne (org.). *Anarchitexts: voices from the global digital resistance*, p. 123-128. New York: Autonomedia, 2003.

RINALDI, Bia. Metareciclagem. 2005. Disponível em: http://metareciclagem.org/material/imprimir/metarec_bia_tudo.pdf. Acesso em 30/01/2008.

RODRIGUEZ, Clemencia. *Fissures in the mediaescape*. Cresskill: Hampton Press, 2001.

ROSAS, Ricardo. Notas sobre o coletivismo artístico no Brasil. *Trópico*. S/d. Disponível em: <http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2578,1.sh>. Acesso em 10/05/2006.

_____. Nome: coletivos, senha: colaboração. In: *Guia de Navegação FindEtático*. p. 7-8. São Paulo: midiatatica.org, 2004a. Disponível em: <http://www.midiatatica.org/finde/guia.pdf>. Acesso em 10/05/2006.

_____. The revenge of low-tech: autolabs, telecentros and tactical media in São Paulo. In: *Sarai reader 04: crisis / media*, p. 424-432, 2004b. Disponível em: <http://www.sarai.net/publications/readers/04-crisis-media/55ricardo.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

_____. Hibridismo coletivo no Brasil: transversalidade ou cooptação?. 2005. Disponível em: <http://www.canalcontemporaneo.art.br/forum/viewtopic.php?t=57esid=7aee01e3ab717d1fd1659495ab6dda381659495ab6dda38>. Acesso em 10/05/2006.

_____. Gambiarra: alguns pontos para se pensar uma tecnologia recombinate. *Caderno Videobrasil: arte, mobilidade, sustentabilidade*, v.2, p. 36-53, 2006a.

_____. Existe uma teoria tática brasileira? *Nettime*, 2006b. Disponível em: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-br-0609/msg00001.html>. Acesso em 09/08/2007.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker, 2001.

RUIZ, Ricardo; WELLS, Tatiana (org.). *DigitoFagia cookbook*. 2004. Disponível em: http://www.midiatatica.org/ip/downloads/digito_cookbook.pdf. Acesso em 15/07/2006.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação & pesquisa*. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTOS, Eduardo Alexandre Amaral dos. *O consumismo como um novo iluminismo: a panacéia do consumo na contemporaneidade*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção de Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

SILVA, Adriana Ferreira. Grupo faz 'ativismo' em ação em São Paulo. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, p.4, 6 de dezembro de 2006.

SILVA, Carlos Eduardo Lins (org.). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez/Intercom, 1982.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *Exclusão digital: a miséria na era da informação*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____. *Software livre : a luta pela liberdade do conhecimento*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SOAR, Matt. The politics of culture jamming: Adbusters on the web and in print. *M/C Reviews*, 2000. Disponível em: <http://www.uq.edu.au/mc/reviews/features/politics/jamming.html>. Acesso em 04/11/06.

STAM, Robert. *Subversive pleasures: Bakhtin, cultural criticism and film*. Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press, 1989

_____. *Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa*. São Paulo: Ática, 1992.

TERÇA-NADA, Marcelo. Poro: anotações diversas ou intervenções por uma cidade sensível. *Etcetera Revista eletrônica de arte e cultura*, nº 18, 2005. Disponível em: http://www.revistaetcetera.com.br/18/grupo_poro/index.html. Acesso em 30/01/2008.

TIETCHEN, Todd. Language out of language: excavating the roots of culture jamming and postmodern activism from William S. Burroughs' 'Nova trilogy'. *Discourse*, nº 23, v. 3, p. 107-129, 2001.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*; uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes: 2005[1995].

VAZ, Paulo. As esperanças democráticas e a evolução da Internet. *Famecos*, nº 24, p. 125-139, 2004.

VELOSO, Adriana; WELLS, Tatiana. Low tech multimedia. 2006. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/low-tech-multimidia>. Acesso em 10/07/2007.

WENZEL, Camila Pinto. Jogo, festa e o lúdico no ativismo global. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2005. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17131/1/R1391-1.pdf>. Acesso em 30/01/2008.

WARK, McKenzie. Strategies for tactical media. *RealTime*, nº 51, 2002. Disponível em: <http://www.realtimearts.net/rt51/wark.html>. Acesso em 06/06/2006

_____. On the tactics of tactics. In: RICHARDSON, Joanne (org.). *Anarchitexts: voices from the global digital resistance*, p. 138-141. New York: Autonomedia, 2003.

WEBER, Max. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. *Lua nova*, nº 55-56, p. 185-194, 2002 [1910].

WILSON, Peter Lamborn. Response to tactical media manifesto. In: RICHARDSON, Joanne (org.). *Anarchitexts: voices from the global digital resistance*, p. 141-146. New York: Autonomedia, 2003.

VANEIGEM, Raoul. *A arte de viver para as novas gerações*. São Paulo: Conrad, 2002.

VASCONCELOS, Gisele *et alli*. Plano resumido para os Autolabs. In: *Guia de navegação FindEtático*. p. 14-16. São Paulo: midiatatica.org, 2004a. Disponível em: <http://www.midiatatica.org/finde/guia.pdf>. Acesso em 10/05/2006.